



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
*"ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ
ΑΝΑΠΗΡΙΑ (ΑμεΑ). ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ
ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ
ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΚΡΗΤΗΣ"*



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΣΤΑΘΟΓΛΟΥ ΟΛΓΑ

ΑΜ: 23107046

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΚΥΡΙΑΚΑΚΗ ΑΝΝΑ

ΧΙΟΣ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

Αφιερώνεται στο γιό μου, Δράκο-Νικόλαο

Σ. Ο.

Ευχαριστίες

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές της εξεταστικής επιτροπής μου, κα Κωνσταντέλλου Α. και κο Σταυρινούδη Θ., για την επίβλεψή τους στο έργο αυτό και ασφαλώς, την κα Κυριακάκη Άννα, για όλη τη στήριξη, καθοδήγησή και κυρίως για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε στην ανάληψη και εκπόνηση αυτής της εργασίας, σαν επιβλέπουσα καθηγήτριά μου. Ακόμα, θέλω να ευχαριστήσω τη Γραμματεία του ΤΜΟΔ για το πραγματικό ενδιαφέρον καθώς και τη φίλη μου Ιωάννα για τις πολύτιμες συμβουλές της. Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου για την οικονομική και ηθική στήριξη που πρόσφερε σε εμένα κατά τη διάκριση των σπουδών μου.

Έχω διαβάσει και κατανοήσει τους κανόνες για τη λογοκλοπή και τον τρόπο σωστής αναφοράς των πηγών που περιέχονται στον Οδηγό συγγραφής διπλωματικών εργασιών του ΤΜΟΔ. Δηλώνω ότι, από όσα γνωρίζω, το περιεχόμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι προϊόν δικής μου δουλειάς και υπάρχουν αναφορές σε όλες τις πηγές που χρησιμοποίησα.

Επιτροπή Επίβλεψης:

Άννα Κυριακάκη, μέλος ΕΔΙΠ, Επιβλέπουσα

Αναστασία Κωνσταντέλλου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, μέλος

Θεόδωρος Σταυρινούδης, Επίκουρος Καθηγητής, μέλος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες	3
Περιεχόμενα	6
Κατάλογος Γραφημάτων.....	9
Κατάλογος Πινάκων	13
Κατάλογος Συντομογραφιών	14
Περίληψη	15

Κεφάλαιο 1. Η Έννοια του Τουρίστα και του Τουρισμού. Μορφές τουρισμού και Επιδράσεις	19
1.1 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου	19
1.2 Η έννοια του τουρίστα	21
1.2.1 Κίνητρα τουριστών	22
1.3. Η έννοια του τουρισμού	25
1.3.1 Κατηγορίες τουρισμού	26
1.4 Επιδράσεις του τουρισμού	29
1.4.1 Οικονομικές επιδράσεις	30
1.4.2 Κοινωνικές – Πολιτιστικές επιδράσεις	31
1.4.3 Περιβαλλοντικές επιδράσεις	32
1.5 Τουριστική Βιομηχανία	33
1.5.1 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Κλάδου	34
1.5.2 Βασικά Οικονομικά Μεγέθη του τουρισμού	37
1.6 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	41
1.6.1 Ελληνικός Τουρισμός και Οικονομία	43

Κεφάλαιο 2. Η Έννοια και το Πλαίσιο της Αναπηρίας	49
2.1 Ο ορισμός της αναπηρίας	49
2.2 Μοντέλα αναπηρίας	50
2.3 Κατηγορίες και Διαστάσεις Αναπηρίας	52
2.4 Δικαιώματα των ανθρώπων με αναπηρία	53
Κεφάλαιο 3. Σπουδαιότητα και Προοπτικές του Προσβάσιμου τουρισμού	59
3.1 Οριοθέτηση του Προσβάσιμου Τουρισμού ή του Τουρισμού Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ)	59
3.2 Η σημαντικότητα του τουρισμού για τους ανθρώπους με αναπηρίες	62
3.3 Προσβασιμότητα, Καθολικός Σχεδιασμός και Προσβάσιμος Τουρισμός.....	64
3.4 Οι προοπτικές του προσβάσιμου τουρισμού	66
3.4.1 Χαρακτηριστικά και προοπτικές του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα	74
Κεφάλαιο 4. Διερεύνηση των χαρακτηριστικών και των προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού ΑμεΑ στην περιφέρεια της Κρήτης	76
4.1 Ερευνητικοί Στόχοι	76
4.2 Μέθοδος Έρευνας	77
4.2.1 Μέθοδος Έρευνας	79
4.2.2 Περιοχή Έρευνας	79
4.2.3 Επιλογή Δείγματος – Δειγματοληψία	80
4.2.4 Εργαλείο Έρευνας	80
4.3 Δομή Ερωτηματολογίων	81

4.3.1 Δομή Ερωτηματολογίου Ξενοδοχείων	81
4.3.2 Δομή Ερωτηματολογίου Τουριστών	87
4.4 Διάρκεια και Μεθοδολογία της Έρευνας	97
4.5 Περιορισμοί Έρευνας	98
4.6 Επεξεργασία και Ανάλυση Δεδομένων.....	99
Κεφάλαιο 5. Αποτελέσματα Έρευνας και Συμπεράσματα	101
5.1 Αποτελέσματα Έρευνας στην Τουριστική Προσφορά	101
5.1.1 Χαρακτηριστικά Ερευνητικών μονάδων/Ξενοδοχείων Έρευνας	101
5.1.2 Προσβάσιμος Τουρισμός: Χαρακτηριστικά και Προοπτικές	104
5.2 Αποτελέσματα Έρευνας στην Τουριστική Ζήτηση	117
5.2.1 Χαρακτηριστικά ερωτώμενων	117
5.2.2 Χαρακτηριστικά ταξιδιού Τουριστών ΑμεΑ	121
5.3 Αξιολόγηση Υποδομών Προσβασιμότητας	126
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής	141
Βιβλιογραφία	146
Παράρτημα 1: Παρουσίαση Ερωτηματολογίων	156
Παράρτημα 2: Στατιστικοί Πίνακες	183

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1.1: Οι επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών	34
Γράφημα 1.2: Απλοποιημένη μορφή του τουριστικού κυκλώματος	35
Γράφημα 1.3: Οι σημαντικότεροι τουριστικοί πράκτορες στο Ην. Βασίλειο.....	36
Γράφημα 1.4: Οι σημαντικότεροι τουριστικοί πράκτορες της Γερμανίας	36
Γράφημα 1.5: Η συνεισφορά του κλάδου του τουρισμού στην Παγκόσμια Οικονομία.....	37
Γράφημα 1.6: Παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις για τα έτη 2005-2016	38
Γράφημα 1.7: Η αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού ανά περιοχή	38
Γράφημα 1.8: Μερίδιο αγοράς κάθε ηπείρου σύμφωνα με τις αφίξεις για το 2014...39	
Γράφημα 1.9: Έσοδα από αφίξεις ανά Ήπειρο για το έτος 2014	39
Γράφημα 1.10: Μερίδιο αγοράς κάθε ηπείρου σύμφωνα με τα έσοδα για το 2014...40	
Γράφημα 1.11: Παγκόσμιος τουρισμός - Η εξέλιξη από το 1950 μέχρι σήμερα προβλέψεις για το 2030.....	41
Γράφημα 1.12: Οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα από το 2008 έως το 2016.....	43
Γράφημα 3.1: Εμποδιζόμενα Άτομα	65
Γράφημα 5.1: Ηλικιακή κατάταξη καταλυμάτων έρευνας	102
Γράφημα 5.2: Περίοδος λειτουργίας καταλυμάτων	102
Γράφημα 5.3: Κατάταξη καταλυμάτων	103
Γράφημα 5.4: Δυναμική καταλυμάτων	103
Γράφημα 5.5: Ράμπες	105
Γράφημα 5.6: Νοηματική γλώσσα	105
Γράφημα 5.7: Δωμάτια ΑμεΑ	106
Γράφημα 5.8: Προσφορά δωματίων ΑμεΑ ανά κατάλυμα	106

Γράφημα 5.9: Ζήτηση ανά κατάλυμα	107
Γράφημα 5.10: Κύρια εντοπιότητα τουριστών	107
Γράφημα 5.11: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου Ξενοδοχείων	109
Γράφημα 5.12: Εξυπηρέτηση πελατών από τους ξενοδοχειακούς υπαλλήλους ...	110
Γράφημα 5.13: Επίπεδο εξοικείωσης εργαζομένων στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ	110
Γράφημα 5.14: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για προσφορά κατάρτισης στους εργαζομένους	111
Γράφημα 5.15: Παρούσα σημαντικότητα αγοράς προσβάσιμου τουρισμού	112
Γράφημα 5.16: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης	112
Γράφημα 5.17: Αξιολόγηση προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων.....	113
Γράφημα 5.18: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για ενασχόληση με τουρισμό αναπήρων	113
Γράφημα 5.19: Αξιολόγηση της εγχώριας ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού	114
Γράφημα 5.20: Αξιολόγηση της διεθνούς ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού	115
Γράφημα 5.21: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού ΑμεΑ	115
Γράφημα 5.22: Φύλο ερωτηθέντων τουριστών	117
Γράφημα 5.23: Ηλικία ερωτηθέντων τουριστών	118
Γράφημα 5.24: Χώρα προέλευσης ερωτηθέντων τουριστών	118
Γράφημα 5.25: Εκπαίδευση τουριστών	119
Γράφημα 5.26: Εισοδηματική κατάταξη τουριστών	119
Γράφημα 5.27: Φύση αναπηρίας ερωτηθέντων τουριστών	120
Γράφημα 5.28: Καθημερινή απασχόληση συνοδού αναπήρων	120
Γράφημα 5.29: Συχνότητα επισκέψεων των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη	121

Γράφημα 5.30: Λόγοι επίσκεψης τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη	122
Γράφημα 5.31: Τρόπος οργάνωσης ταξιδίων	122
Γράφημα 5.32: Προτεραιότητα προσβάσιμων υποδομών	123
Γράφημα 5.33: Συνοδεία τουριστών με αναπηρία στις διακοπές τους	124
Γράφημα 5.34: Τύπος διαμονής τουριστών	124
Γράφημα 5.35: Διάρκεια διαμονής τουριστών	125
Γράφημα 5.36: Χρηματικός προϋπολογισμός τουριστών με αναπηρία για διακοπές	126
Γράφημα 5.37: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος α')	128
Γράφημα 5.38: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος β')	129
Γράφημα 5.39: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εξωτερικών χώρων καταλύματος	129
Γράφημα 5.40: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εσωτερικών χώρων καταλύματος	130
Γράφημα 5.41: Αξιολόγηση διαρρύθμισης δωματίων ΑμεΑ	130
Γράφημα 5.42: Αξιολόγηση ανταπόκρισης υποσχόμενων υποδομών και υπηρεσιών.....	131
Γράφημα 5.43: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στο κατάλυμα	131
Γράφημα 5.44: Αξιολόγηση συνολικού επιπέδου προσβασιμότητας καταλύματος	132
Γράφημα 5.45: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας μεταφορικών μέσων ...	132
Γράφημα 5.46: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στα μεταφορικά μέσα	133
Γράφημα 5.47: Αξιολόγηση οδικού δικτύου Κρήτης	133
Γράφημα 5.48: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων	134
Γράφημα 5.49: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης	135
Γράφημα 5.50: Επιρροή υποδομών προσβασιμότητας στη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία	135

Γράφημα 5.51: Διάθεση τουριστών για θετικές συστάσεις	136
Γράφημα 5.52: Τάσεις τουριστών για επόμενη επίσκεψη στον ίδιο προορισμό	136
Γράφημα 5.53: Διάθεση επιπρόσθετων καταβολών για καλύτερη προσβασιμότητα	137
Γράφημα 5.54: Ποσοστά επιπρόσθετων χρηματικών καταβολών	138
Γράφημα 5.55: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού ΑμεΑ	139

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1: Τα βασικότερα μεγέθη του τουρισμού στην Ελλάδα για το έτος 2016	45
Πίνακας 2.1: Οι διαφοροποιήσεις των προτύπων της αναπηρίας	51
Πίνακας 3.1: Το μέγεθος της αγοράς σε ευρώ (€)	69
Πίνακας 3.2: Η αγορά Προσβάσιμου Τουρισμού ανά χώρα Ε.Ε.	69
Πίνακας 3.3: Οι κυριότερες αγορές της Ελλάδας	70
Πίνακας 3.4: Οι τουριστικές δαπάνες των ευρωπαϊκών κατοίκων άνω των 65 ετών (2014)	70
Πίνακας 3.5: Εκτιμήσεις για τον προσβάσιμο τουρισμό στην Ευρώπη (2005 - 2025)	71
Πίνακας 5.1: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου ξενοδοχείων	109
Πίνακας 5.2: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος α')	128
Πίνακας 5.3: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος β')	128

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΑμεΑ	Άτομα με Αναπηρία
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΤΤΑΔ	Enabling teachers and trainers to improve the accessibility of adult education
ΕΣΑμεΑ	Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία
ΞΕΕ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΟΗΕ	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΠΟΥ	Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας
WHO	World Health Organization
ΠΟΤ	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
UNWTO	(United Nations) World Tourism Organization
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΤΤΕ	Τράπεζα της Ελλάδος
UNRIC	Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών
WTO	World Trade Organization
UPIAS	Union of the Physically Impaired Against Segregation
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WTTC	Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Διαχρονικά το φαινόμενο του τουρισμού αποδεικνύεται ότι παίρνει διάφορες μορφές και εξελίσσεται σε συνάρτηση με τις ανάγκες και τα κίνητρα του καταναλωτικού κοινού και τις επιδράσεις που δέχεται από τα περιβάλλοντα συσχέτισής του. Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού, αυτή του μαζικοποιημένου, εμπορευματοποιημένου και καλά σχεδιασμένου καταναλωτικού προϊόντος, επιβάλλει στα πλαίσια της τμηματοποίησης του σαν αγορά, την εξειδίκευση του τουριστικού προϊόντος και την εστίαση στις ιδιαίτερες ανάγκες των διαφόρων υποομάδων καταναλωτικού κοινού. Η συγκεκριμένη εργασία αναφέρεται στον τουρισμό των ανθρώπων με αναπηρία, καθώς αποδεικνύεται ότι, από πλευράς ζήτησης, η καταναλωτική ομάδα των ΑμεΑ αποτελεί την μεγαλύτερη μειοψηφική ομάδα κάθε πληθυσμού, από οικονομικής πλευράς, οι τουριστικές δαπάνες των ΑμεΑ και οι προοπτικές αυτής της μορφής τουρισμού, την καθιστούν μια σοβαρή κι ανταγωνιστική αγορά προς μελέτη, ενώ από ανθρωπιστικής και ηθικής πλευράς αποδεικνύεται ότι οι ωφέλειες του τουρισμού είναι για τους ανθρώπους με αναπηρία ένα αναπόσπαστο κομμάτι της αυτοβελτίωσης και ένταξής τους στην κοινωνία.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση των υποδομών και υπηρεσιών των τουριστικών καταλυμάτων της Κρήτης, στα πλαίσια του τουρισμού των ατόμων με αναπηρία. Τα πρώτα τρία κεφάλαια είναι αφιερωμένα στη βιβλιογραφική επισκόπηση που περιλαμβάνει τις εισαγωγικές έννοιες και το γενικό θεωρητικό υπόβαθρο που είναι απαραίτητο για την κατανόηση του τουρισμού, της αναπηρίας και του τουρισμού αναπήρων. Εισάγονται οι έννοιες του τουρισμού και του τουρίστα και παρουσιάζεται η ιστορική αναδρομή και η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, όπου, από ένα μέσο επίτευξης προσκυνηματικών κι εμπορικών στόχων στη προϊστορική εποχή, μετεξελίσσεται στη σύγχρονη μορφή του, με τη συμβολή των τεχνολογικών, κοινωνικών και οικονομικών εξελίξεων του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα. Ακόμα, αναλύονται τα πολυπαραγοντικά κίνητρα του σύγχρονου τουρίστα κι έπειτα το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την εισαγωγή στον κλάδο του τουρισμού, τα χαρακτηριστικά και βασικά οικονομικά μεγέθη του και την επισκόπηση της σύγχρονης Ελληνικής πραγματικότητας στα πλαίσια ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας σαν χώρα προορισμός. Στο Κεφάλαιο 2, εισάγεται ο ορισμός της αναπηρίας, ο οποίος βασίζεται στην αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων με βλάβη (σωματική, πνευματική κ.α. κατάσταση) και περιβαλλοντικών εμποδίων και έπειτα παρουσιάζονται τα τρία

μοντέλα/πρότυπα αναπηρίας και οι διαφορετικές τους εννοιολογικές προσεγγίσεις για την κατανόηση της εξέλιξης του ορισμού και του πλαισίου αυτής της έννοιας. Παρουσιάζεται ακόμα, η κατηγοριοποίηση της αναπηρίας αλλά και το νομικό υπόβαθρο των δικαιωμάτων των ανάπηρων ανθρώπων, για να κατανοηθεί επιτυχώς στο επόμενο κεφάλαιο η οριοθέτηση του προσβάσιμου τουρισμού, η σημασία των ταξιδιών για τα ΑμεΑ αλλά και οι έννοιες της προσβασιμότητας, του καθολικού σχεδιασμού και του προσβάσιμου τουρισμού, καθώς επίσης και, οι προοπτικές ανάπτυξης του συγκεκριμένου κλάδου.

Έπειτα, στα επόμενα δύο κεφάλαια, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας και τα αποτελέσματά της, τα οποία αναφέρονται στη ζήτηση και προσφορά προσβάσιμου τουρισμού στη περιφέρεια της Κρήτης ενώ διερευνάται, μεταξύ άλλων, το επίπεδο ικανοποίησης και εξυπηρέτησης των τουριστών, η καταλληλότητα των εγκαταστάσεων σε καταλύματα, μεταφορές, πολιτιστικούς κ.ά. χώρους, οι υποδομές και η φιλικότητα της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού για ΑμεΑ και τα μεγέθη της προσφοράς και ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού καθώς και οι τάσεις ανάπτυξης αυτού. Ακόμα, παρουσιάζονται οι βασικές υποενότητες της διερεύνησης των χαρακτηριστικών και των προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού ΑμεΑ στην Κρήτη, στις οποίες περιλαμβάνονται, οι ερευνητικοί στόχοι, η μέθοδος και η κατηγοριοποίηση των ερευνητικών ειδών σε ποιοτική και ποσοτική, και το δείγμα της έρευνας, το οποίο από πλευράς ζήτησης περιλαμβάνει 100 τουρίστες με αναπηρία και από πλευράς προσφοράς περιλαμβάνει τα 337 ξενοδοχεία με υποδομές προσβασιμότητας, που υποδείχθηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ). Έπειτα, αναλύονται οι ερωτήσεις που επιλέχθηκαν για τα ερωτηματολόγια και το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τη διάρκεια, τους περιορισμούς και άλλα χαρακτηριστικά της έρευνας. Η στατιστική ανάλυση των στοιχείων βασίστηκε στο πρόγραμμα SPSS 20 και παρουσιάζεται στο Κεφάλαιο 5, δομημένη βάσει τουριστικής προσφοράς και τουριστικής ζήτησης.

Τα ευρύτερα αποτελέσματα της έρευνας, τα οποία αναδεικνύουν τις συνθήκες και ανάγκες των τουριστών με αναπηρία αλλά και τις απόψεις και προτάσεις βελτίωσης αμφότερων πλευρών (ζήτησης και προσφοράς), στα πλαίσια του προσβάσιμου τουρισμού, παρουσιάζονται αναλυτικά στο Κεφάλαιο 5, σε συνδυασμό με τα συμπεράσματα και τις προτάσεις πολιτικής που εξάγονται σαν κατακλείδα στη παρούσα μελέτη.

Λέξεις κλειδιά: Άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ), προσβάσιμος τουρισμός, τουρισμός ΑμεΑ, υποδομές και υπηρεσίες καταλυμάτων Κρήτης, τουριστική προσφορά, τουριστική ζήτηση, προσβάσιμος τουρισμός στην Κρήτη, προσβασιμότητα, καθολικός σχεδιασμός, τουριστικός σχεδιασμός.

ABSTRACT

As a fact, the tourist phenomenon evolves and can be modeled, over time, according to the consumer needs and the various influences that it accepts from the other relevant fields. The modern form of tourism, the one of the massive, commercialized and well-designed consumer product, requires the segmentation and differentiation of the tourist product based on the particular needs of the various consumer subgroups. This particular work refers to the tourism for people with disabilities, due to the fact that, it is the largest minority group in every population, as far as the demand side is concerned, while, the revenues and prospects of the field make it a serious and competitive market to study, as far as the economic side is concerned, and last but not least, from a humanistic and moral point of view, it turns out that the benefits of tourism for people with disabilities are an integral part of the procedure of self-improvement and integration into every society.

The present study aims at exploring the tourism infrastructures and services of the accommodation field, in the context of the accessible tourism in Crete. The first three chapters present the introductory concepts and the necessary theoretical background for understanding the meaning of tourism, disability and accessible tourism. The issues that are introduced refer to the meaning of tourism and tourist as well as the history and evolution of the tourist phenomenon, from the ancient times to the 19th and 20th century, where it takes its modern form, because of the technological, social and economic changes that took place over time. Moreover, the multifactorial motivations of the modern tourist are analyzed and then the chapter is completed with the introduction of the tourism sector, as an economic field, its characteristics and basic economic dimensions and the overview of the modern Greek reality, as a tourism destination for disabled people. Chapter 2 introduces the definition of disability, based on the interaction between people with physical, mental and other disability and the environmental barriers, and then presents the three

disability models and their different conceptual approaches in order to achieve understanding of the definition and context evolution of disability. The categorization of disability, as well as, the legal basis of the rights of disabled people, are also presented, in order to be understood, the importance of travelling for people with disabilities, the concepts of accessibility, universal design and accessible tourism, and the economic prospects of this market, while entering the next chapter.

Next chapters present the research and its results, that refer to the demand and supply side of accessible tourism in the region of Crete, and explore, amongst all, the level of satisfaction and service of tourists with disability, the suitability of the facilities in accommodation, transport and cultural spaces of Crete, the infrastructure and friendliness of Crete as a tourism destination for people with disabilities and the supply and demand size of the market of accessible tourism in Crete, as well as, the trends of this field's development. Moreover, the basic sub-sections of the research presented, include the research objectives, the method and the categorization of the qualitative and quantitative research and the sample of the research, which refers to, 100 disabled tourists representing the demand side, and the total of 337 accessible tourist accommodations in Crete. Then, the questions selected for the questionnaires are analyzed, and the chapter ends with the duration, limitations and other characteristics of the survey. The statistics analysis that followed was based on the SPSS 20 program and is presented, by demand and offer side, at Chapter 5.

The general outcome of the survey, which highlights the habits and needs of disabled tourists, as well as, the views and suggestions for improvement in the context of accessible tourism, from both sides (demand and supply), are presented in detail in Chapter 5, combined with, the conclusions and policy suggestions that are summarized as a conclusion of the present study.

Keywords: Disabled people, accessible tourism, disabled tourism, infrastructures and accommodation services in Crete, tourism market supply, tourism market demand, accessible tourism in Crete, accessibility, universal design, tourism design.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

1.1 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Η τουριστική δραστηριότητα έχει τις απαρχές της στην αρχαιότητα και ήταν εξαρχής συνδεδεμένη με τον ελεύθερο χρόνο, και τους εμπορικούς, θρησκευτικούς κ.ά. σκοπούς. Ο τουρισμός εμφανίζεται, σαν όρος, τον 19^ο αιώνα με ρίζες την αγγλική και γαλλική λέξη «*tour*» ενώ ο όρος «*tourist*» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1800 στην Αγγλία.

Στην προϊστορική εποχή, ο τουρισμός αναφερόταν σε μετακινήσεις ατόμων, με σκοπό τα προσκυνηματικά ταξίδια, τα οποία αναφέρονται ως «ιεραποδημίες» (Μοίρα, 2009) και περιλαμβάνουν διάφορους λαούς όπως, τους Κέλτες, Αιγύπτιους, Ασσύριους και Βαβυλώνιους. Αργότερα, αναπτύχθηκαν και τα εμπορικά ταξίδια στη περιοχή της Μεσοποταμίας και Μέσης Ανατολής. Στην αρχαία Ελλάδα η έννοια της φιλοξενίας αντιλαμβάνονταν ως πολύ σημαντική και είχε ισχύ νόμου, ενώ, ο Ξένιος Δίας θεωρούνταν ο προστάτης οικοδεσποτών και φιλοξενούμενων. Στην αρχαία Ελλάδα και αρχαία Ρώμη οι θρησκευτικές, εμπορικές και αθλητικές μετακινήσεις ήταν πολύ διαδεδομένες και αποτελούσαν προνόμιο της υψηλής κοινωνικής τάξης, λόγω, ελεύθερου χρόνου και οικονομικής ευφορίας. Οι ελεύθεροι, εύποροι πολίτες ήταν απαλλαγμένοι από την εξαναγκαστική εργασία, έπρεπε ωστόσο να ασχολούνται με το κοινωνικοπολιτικό γίνεσθαι. Συνήθεις τουριστικές μετακινήσεις εκείνης της περιόδου ήταν, οι εσωτερικές μετακινήσεις λόγω αθλητικών και θεατρικών δρώμενων, αλλά και, οι επισκέψεις αναψυχής των αρχαίων Ρωμαίων και Ελλήνων στην Αίγυπτο. Συγκεκριμένα, οι Ολυμπιακοί αγώνες αποτελούσαν την πρώτη μορφή οργανωμένης διεθνούς μετακίνησης, ενώ χαρακτηριστική είναι η τάση εμπορικοποίησης των ταξιδιών μέσω της διασύνδεσης των πόλεων (κατασκευή δρόμων) και ανάπτυξης οργανωμένων κερδοσκοπικών πανδοχείων, καθώς, μέχρι τότε λειτουργούσαν κρατικά πανδοχεία με δωρεάν υπηρεσίες, αλλά και εξοχικών σπιτιών (Ηγουμενάκης, κ.ά., 1998, Τσάρτας, 1996).

Κατά το Μεσαίωνα, οι θρησκευτικές μετακινήσεις, οι Αραβικές εισβολές, οι Σταυροφορίες, κ.ά., οδήγησαν στην αύξηση του τουριστικού φαινομένου και τη δημιουργία μεγάλων πολιτιστικών κέντρων (Γρενάδα, Κόρδοβα, Σεβίλλη) παρόλο που εξαιτίας του κλίματος ανασφάλειας είχαν μειωθεί σημαντικά τα ατομικά ταξίδια. Λόγω της προάσπισης της σπουδαιότητας της φιλοξενίας από την εκκλησία, στα πλαίσια του Χριστιανισμού, η Παλαιστίνη μετατρέπεται στο σημαντικότερο προορισμό της εποχής (Jafari, 1989), ενώ παράλληλα εξελίσσεται και ο επαγγελματικός τουρισμός λόγω της ανάπτυξης οργανωμένων ταξιδιών (μεταφορά, διαμονή, διατροφή κτλ.) από τους Ενετούς (Σιμόπουλος, 1994) και λόγω της υψηλής εμπορικής τουριστικής δραστηριότητας σε ευρωπαϊκές, βαλτικές και μεσογειακές χώρες.

Στις κύριες μετακινήσεις συμπεριλήφθηκαν αργότερα και αυτές του εκπαιδευτικού χαρακτήρα με την ανάπτυξη πανεπιστημιακών κέντρων σε Παρίσι, Οξφόρδη, κτλ. Στα τέλη της μεσαιωνικής περιόδου το τουριστικό φαινόμενο είχε εξελιχθεί και εμπλουτιστεί σε επίπεδο καταλυμάτων, ταξιδιωτικών οδηγών, γαστρονομίας κοκ, θέτοντας τις βάσεις, για σημαντικότερη μετεξέλιξη στην αναγεννησιακή περίοδο.

Συγκεκριμένα, η έκδοση ταξιδιωτικών οδηγών εκείνης της εποχής, είχε σημαντική συμβολή στον εκσυγχρονισμό του αναγεννησιακού τουρισμού, καθώς άρχισαν οι μεγάλες πόλεις να μετατρέπονται σε τουριστικούς προορισμούς, τα τουριστικά καταλύματα να εκσυγχρονίζονται λόγω των υψηλών προδιαγραφών των ευγενών πελατών τους, ενώ άρχισαν να κατασκευάζονται και καταλύματα για τις μεσαίες και χαμηλές κοινωνικές τάξεις (Σιμόπουλος, 1994). Παράλληλα, δημιουργείται στη Γαλλία μια πρώιμη μορφή τουριστικού πακέτου, η μικρή και μεγάλη περιήγηση, (*petit tour, grand tour*) που αποσκοπούσε στην κάλυψη των εκπαιδευτικών τουριστικών αναγκών των Άγγλων αριστοκρατών και περιλάμβανε περιηγήσεις σε διάφορες πόλεις. Στα πλαίσια της *grand tour*, καθιερώθηκε για πρώτη φορά το 1800, η λέξη «*tourist*» ως χαρακτηρισμός για τους συμμετέχοντες σε αυτό τον τύπο ταξιδιού, τα οποία εστιάζονταν πλέον στην αναψυχή και την ευχαρίστηση, ενώ το 1811 καθιερώνεται ο όρος «*τουρισμός*» (*tourism*) που περιγράφει τα ταξίδια αναψυχής. Αργότερα, μετά το 1840 όπου οι ευρωπαϊκές πόλεις αρχίζουν να συνδέονται με σιδηροδρομικά δίκτυα, και η αμερικάνικη ήπειρος και η Άπω Ανατολή με ατμοπλοϊκά δίκτυα, παρουσιάζονται οι πρώτες τουριστικές μαζικοποιήσεις λόγω της διευκόλυνσης των μετακινήσεων και της έκτασης των μεγάλων εξερευνήσεων, με αποτέλεσμα, τη διεύρυνση των ταξιδιωτικών οριζόντων των ευρωπαϊών ταξιδιωτών. Γενικά, ο 19^{ος} αιώνας, αποτελεί σημαντικό ορόσημο στην ιστορική εξέλιξη και τον εκσυγχρονισμό

του τουρισμού, καθώς, τα γεγονότα που διαδραματίστηκαν κατά και μετά τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο, είχαν καταλυτικές επιδράσεις στο κοινωνικό-οικονομικό γίνεσθαι παγκοσμίως. Αναφορικά, ο Α' Παγκόσμιος Πόλεμος σε συνδυασμό με την παγκόσμια οικονομική κρίση, του 1929, είχαν σαν αποτέλεσμα την εξαφάνιση αρχικά, της κοινωνικής τάξης των αριστοκρατών κι έπειτα, των εισοδηματιών, που μέχρι τότε αποτελούσαν κατ' αποκλειστικότητα τη ζήτηση του τουρισμού. Ακόμα, η Βιομηχανική επανάσταση και οι επακόλουθες οικονομικές, τεχνολογικές, κοινωνικές κ.ά. ανακατατάξεις που προαναφέρθηκαν, αποτέλεσαν ένα ακόμα, εφελτήριο, στην εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού. Οι παράλληλες αναπτυξιακές και επενδυτικές κινήσεις του Thomas Cook, που θεωρείται ο πρώτος τουριστικός πράκτορας στη Αγγλία, τα έτη 1841 και 1845, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των ξενοδοχείων πολυτελείας, στα μεγάλα αστικά κέντρα (Λονδίνο, Ρώμη, Παρίσι κτλ), θα αποτελέσουν ορόσημο για τη ραγδαία εξάπλωση του τουριστικού φαινομένου, σε παγκόσμια βάση.

Στον 20^ο αιώνα, συνεχίζει η εξελικτική πορεία του τουρισμού, καθώς, λόγω της μαζικής παραγωγής αυτοκινήτων, η μετακίνηση μέσω σιδηροδρόμων και ατμόπλοιων φθίνει, κι ο εσωτερικός τουρισμός αυξάνεται ενώ, λόγω της ευρείας χρήσης των αεροπλάνων, αυξάνεται η μαζικοποίηση του τουρισμού (Βιτουλαδίτη, 2000). Ο τουρισμός προωθείται, πλέον, από τα αναπτυγμένα κράτη, τα οποία εστιάζονται στη μαζικοποίηση και εμπορικοποίηση του, σαν μία οικονομική δραστηριότητα και αναγνωρίζεται σαν αναπτυσσόμενη βιομηχανία (Τσάρτας, 1996), ενώ πλέον, αποκτά τη σύγχρονη μορφή του σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, λόγω, του εκσυγχρονισμού των μέσων συγκοινωνίας, της βελτίωσης των κατά κεφαλήν εισοδημάτων και της ανάπτυξης του κοινωνικού τουρισμού.

1.2 Η έννοια του Τουρίστα

Μία αξιοσημείωτη διάκριση, που μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση των βασικών εννοιών του τουρισμού είναι αυτή, μεταξύ των τεχνικών ορισμών που προκύπτουν από την έννοια του ταξιδιώτη. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ, 1991):

Επισκέπτης (*visitor*) θεωρείται οποιοσδήποτε μετακινείται από περιοχή/χώρα διαφορετική από αυτή της μόνιμης κατοικίας του, για οποιοδήποτε λόγο πέραν της εργασίας και η παραμονή του διαρκεί λιγότερο από 12 μήνες. Στους επισκέπτες περιλαμβάνονται οι εκδρομείς και οι τουρίστες:

- Ως **εκδρομέας** (*excursionist*) νοείται ο επισκέπτης που παραμένει στον προορισμό για λιγότερες από 24 ώρες (ημερήσια) και η επίσκεψη του δεν περιλαμβάνει διαμονή. Σε αυτούς περιλαμβάνονται ακόμα, οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων αλλά και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων, κτλ.
- Ως **τουρίστας** (*tourist*) θεωρείται οποιοσδήποτε παραμένει στον προορισμό για διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών και πραγματοποιεί τουλάχιστον μία διανυκτέρευση, για λόγους εκπαιδευτικούς, αθλητικούς, θρησκευτικούς, επαγγελματικές υποχρεώσεις ή ξεκούραση και αναψυχή.

Υπάρχει ακόμα και η έννοια του **ταξιδιώτη** (*traveller*), που ορίζεται σαν, κάθε άτομο που πραγματοποιεί ένα ταξίδι, για οποιοδήποτε σκοπό εκτός από το να εργαστεί, μεταξύ δύο ή περισσότερων γεωγραφικών τόπων (προορισμών) είτε αυτοί είναι στο εσωτερικό της χώρας διαμονής του (εγχώριος ταξιδιώτης) είτε στην αλλοδαπή (διεθνής ταξιδιώτης) με χαρακτηριστικό γνώρισμα τη βαθύτερη γνωριμία με τον προορισμό. Έτσι, ο ταξιδιώτης διακρίνεται από τον τουρίστα, λόγω της ενεργητικότητας και της εξερευνητικής διάθεσής του, σε αντίθεση με τον τουρίστα που λειτουργεί σαν θεατής.

1.2.1 Κίνητρα Τουριστών

Το τουριστικό φαινόμενο, όπως αναλύσαμε στο **Κεφάλαιο 1.1** ξεκίνησε την προϊστορική και αρχαία εποχή με σκοπό την κάλυψη θρησκευτικών, αθλητικών και εμπορικών αναγκών. Ο εκσυγχρονισμός του τουριστικού φαινομένου, σε συνδυασμό με την αύξηση των βιοποριστικών, πνευματικών κ.ά. αναγκών του σύγχρονου ανθρώπου, έχουν καθιερώσει τα ταξίδια σαν μια μορφή ικανοποίησης αυτών των αναγκών. Για παράδειγμα, οι άνθρωποι ταξιδεύουν με κύριους λόγους την ξεκούραση, την εργασία, την εθνική κληρονομιά, τη θρησκεία, την υγεία, τον αθλητισμό, τον οικοτουρισμό, τα ψώνια, τα φεστιβάλ, τα συνέδρια, τα τυχερά παιχνίδια κ.κ. (Ράππη, 2009). Η εξέλιξη και τμηματοποίηση του τουριστικού προϊόντος προκειμένου να καλύψει τις διαφοροποιημένες ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, οδήγησε στη δημιουργία πολλών διαφορετικών μορφών τουρισμού εστιασμένες στη κάλυψη διαφορετικών αναγκών και ταξιδιωτικών κινήτρων.

Τα κίνητρα αυτά ποικίλουν, για κάθε ταξιδιώτη, σε κάθε στάδιο της ζωής του, και μπορεί να σχετίζονται με τη διαδικασία της λήψης της απόφασης για το ταξίδι, τους άμεσους σκοπούς που εξυπηρετεί, τις εμπειρίες που επιζητά ο ταξιδιώτης κ.ο.κ. Στις μέρες μας, οι παράγοντες που επηρεάζουν τα κίνητρα των τουριστών είναι συνυφασμένοι με τις ραγδαίες εξελίξεις που τελούνται σε παγκόσμιο οικονομικό-κοινωνικό, γεω-πολιτικό και θεσμικό επίπεδο.

Συγκεκριμένα, στους κοινωνικούς και ψυχολογικούς, κατατάσσονται οι παράγοντες εκείνοι που αφορούν στα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα ενός κράτους, τις διαφημίσεις και τα ΜΜΕ, όπως επίσης και το βιοτικό και πολιτισμικό επίπεδο των πολιτών. Τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα διαμορφώνουν τα κίνητρα του τουρίστα καθώς τείνουν στα πλαίσια των ταξιδιών-γοήτρων να προσδιορίζουν την κοινωνική τάξη και ανάδειξη του. Το υψηλό βιοτικό και πολιτισμικό επίπεδο συμβάλλει στον εμπλουτισμό των κινήτρων του τουρίστα, καθώς έχει περισσότερη άνεση να διαμορφώσει ένα ταξίδι, βασισμένο στις πνευματικές κ.ά. ανάγκες του, και να το πραγματοποιήσει, ενώ οι σχετικές διαφημίσεις και η προβολή, από τα ΜΜΕ, επιδρούν προσαυξητικά στη δημιουργία καταναλωτικών αναγκών στους καταναλωτές, κι επομένως, μπορούν να ενθαρρύνουν τον τουρισμό. Τέλος, οι ψυχολογικοί παράγοντες επιδρούν σημαντικά στη διαμόρφωση των κινήτρων των τουριστών, καθώς, λόγω των σύγχρονων οικονομικών, κοινωνικών, εργασιακών κ.ά. πιέσεων, αυξάνεται το αίσθημα και η διάθεση φυγής των ανθρώπων, οι οποίοι αντιμετωπίζουν πλέον τα ταξίδια σαν μια διέξοδο από τη σκληρή πραγματικότητα και καθημερινότητά τους.

Οι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τα κίνητρα των ταξιδιών, αφορούν στην εισοδηματική κατάσταση και το επάγγελμα του ατόμου, αλλά και, στο επίπεδο ανάπτυξης και ανάμιξης με τον τουρισμό σαν οικονομική δραστηριότητα, στη χώρα προέλευσής του. Όσον αφορά το εισόδημα, είναι μάλλον ο καταλυτικότερος παράγοντας στις μέρες μας, αφού, καθορίζει τη δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών, τη διάρκεια και συχνότητά τους, όπως και το είδος και άλλα χαρακτηριστικά του. Το είδος του επαγγέλματος παίζει επίσης σημαντικό ρόλο, σε σχέση τόσο με τις οικονομικές απολαβές όσο και με τις αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις που μπορεί να καθιστούν την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού αδύνατη, λόγω της έλλειψης ελεύθερου χρόνου. Ωστόσο, το είδος του επαγγέλματος, μπορεί να παίζει και θετικό ρόλο στον τουρισμό, καθώς ανάλογα με τη φύση του μπορεί να ευνοεί τα ταξίδια (ναυτικοί, πιλότοι, ξεναγοί, έμποροι, αρχαιολόγοι, μουσικοί, συγγραφείς, λέκτορες, κτλ.).

Σημαντική επίδραση, στα κίνητρα των τουριστών, έχουν επίσης, και κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως η οικονομική κατάσταση, που συνδέεται με το εισόδημα που αναλύθηκε παραπάνω, το μορφωτικό επίπεδο, η ηλικία, και ο τόπος προέλευσής τους. Σχετικά με την ηλικία, παρατηρείται ότι οι νέοι επιζητούν πιο δραστήρια κι εμπειρικά ταξίδια καθώς διακατέχονται από το πνεύμα περιέργειας και την ανάγκη για γνωριμία με το νέο προορισμό ενώ οι μεσήλικες και ηλικιωμένοι, επιζητούν περισσότερο, την ασφάλεια και ηρεμία, κυρίως μέσω του μαζικού τουρισμού. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο επιδρά θετικά στα κίνητρα των ταξιδιωτών καθώς είναι συνδεδεμένο με τις πνευματικές αναζητήσεις αλλά και την κάλυψη περαιτέρω εκπαιδευτικών αναγκών (σεμινάρια, συνέδρια κτλ.) ενώ ο τόπος προέλευσης μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα, καθώς, το αίσθημα ασφάλειας και η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου και της γενικότερης τουριστικής αντίληψης και παιδείας σε μία χώρα, έχει θετικό αντίκτυπο στην εξοικείωση των πολιτών με τον τουρισμό και στη χρήση του τουριστικού προϊόντος.

Τέλος, υπάρχουν και κάποιοι θεσμικοί παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση των κινήτρων των τουριστών και αυτοί είναι, η δημοφιλία της χώρας προέλευσης σαν τουριστικός προορισμός, που αναλύθηκε προηγουμένως και, το θεσμικό πλαίσιο διεθνών σχέσεων, αλλά και, το πολίτευμα που διέπει τη χώρα, αφού σε περιπτώσεις, λόγου χάριν, δικτατορίας απαγορεύονται οι μετακινήσεις, τα ταξίδια και οι επαφές με άλλους λαούς (π.χ. Βόρεια Κορέα).

Παρατηρούμε ότι, η διαδικασία λήψης μιας απόφασης για ταξίδι και ο τρόπος διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών αυτού, είναι αποτέλεσμα ενός μεγάλου συνόλου παραγόντων που ασκούν επιρροή, στα κίνητρα των τουριστών. Εύλογα αντιλαμβανόμαστε ότι, στις απαρχές του τουρισμού, αυτοί οι παράγοντες ήταν πολύ λιγότεροι και η διαδικασία ενός ταξιδιού ήταν περισσότερο απλή. Ωστόσο, η παγκοσμιοποίηση, οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και η σύγχρονη δομή του οικονομικό-κοινωνικού συστήματος, έχουν επηρεάσει τα κίνητρα των τουριστών κι έχουν αναγάγει, τη γενικότερη έννοια του τουρισμού, σε ένα πολυδιάστατο και πολυπαραγοντικό φαινόμενο, όπως διαπιστώνεται ακολούθως.

1.3 Η έννοια του τουρισμού

Ο προσδιορισμός της έννοιας "τουρισμός" έχει απασχολήσει πολλούς αναλυτές ανά τον κόσμο, οι απόψεις των περισσότερων εκ των οποίων, συγκλίνουν στη προσέγγιση βάσει της γεωγραφικής μετακίνησης ενός ατόμου ή συνόλου, για λόγους σωματικούς, πνευματικούς ή και επαγγελματικούς και οριοθετώντας το χρονικό διάστημα της παραμονής.

Στο πολύ πρώιμο στάδιο της μελέτης και οριοθέτησης της πολυσύνθετης έννοιας του τουρισμού, διατυπώθηκε ο πρώτος ορισμός από τους καθηγητές του Πανεπιστημίου Βέρνης, Hunziker και Krapf, το 1942, υποστηρίζοντας ότι «*Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα μέρος, δεδομένου ότι η παραμονή δε συνεπάγεται την εγκατάσταση σαν μόνιμος κάτοικος και δε συνδέεται με επικερδείς δραστηριότητες*» (Hunziker και Krapf, 1942).

Αργότερα, ο τουρισμός προσεγγίζεται ως την ειδική και επιπρόσθετη κατανάλωση (Joshke, 1954), ως τη μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης (Walterspiel, 1974), αλλά και ως το σύνολο σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ανθρώπων σε ένα τόπο, πέραν του μόνιμου τόπου διαμονής (Kaspar, 1975).

Ακόμα, ο τουρισμός ορίζεται από τους Mathieson και Wall (1982) σαν την «*προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της παραμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών*».

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού «*Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών, κα*»

Ένας πιο σύγχρονος ορισμός είναι αυτός που δόθηκε από το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα ταξίδια και τον Τουρισμό, που αναφέρει ότι «*Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμα κ.ά. των ανθρώπων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο*

έτος» (Λαγός, 2005). Επίσης, «Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από τη δράση και αντίδραση των παραγόντων: τουρίστας, επισκέπτης, κοινωνία προορισμού, τουριστική επιχείρηση, κράτος» (McIntosh και Goeldner, 1990).

Τις τελευταίες δεκαετίες αυξάνεται η έμφαση στην οικονομικοκοινωνική προσέγγιση του τουριστικού φαινομένου και προσεγγίζεται περισσότερο στα πλαίσια της ιδιωτικής κατανάλωσης. Βάσει αυτής της προσέγγισης περιγράφεται και ως «μία ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση, η οποία περιλαμβάνει τόσο τη συμμετοχή όλων σχεδόν των κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας, όσο και των τομέων του κράτους και της κοινωνίας σε μια εθνική οικονομία υποδοχής» (Ζαχαράτος, 1984).

Το συμπέρασμα που εξάγεται από την ύπαρξη πολλών διαφορετικών ορισμών για τον τουρισμό, είναι ότι, αποτελεί ένα πολύπλοκο φαινόμενο με ποικίλες διαστάσεις, αφού ο προσδιορισμός του απαιτεί τη συμβολή οικονομικών, κοινωνικών πολιτιστικών και περιβαλλοντικών παραγόντων. Πλέον, η τουριστική βιομηχανία καταγράφει συνεχόμενα αυξητικές τάσεις, παρά τις παγκόσμια δυσμενείς οικονομικές συγκυρίες, και καταλαμβάνει ολοένα και μεγαλύτερα μερίδια σαν κλάδος, επιδρώντας θετικά στην παγκόσμια οικονομία. Τα δεδομένα αυτά περιπλέκουν περισσότερο την οριοθέτηση της βιομηχανίας του τουρισμού, για την καλύτερη κατανόηση της οποίας αναλύονται οι κατηγορίες, μορφές και επιδράσεις της στις επόμενες ενότητες.

1.3.1 Κατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός παίρνει διάφορες κατηγορίες, με βάση την προσέγγιση της γεωγραφικής μετακίνησης των ενδιαφερομένων, τα εξωτερικά φαινόμενα και τις επιδράσεις που δέχεται. Οι κατηγορίες αυτές σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ) και άλλους παγκόσμιους μελετητές συγκλίνουν στις ακόλουθες:

- **Εγχώριος τουρισμός** (domestic tourism), αφορά στη μετακίνηση των κατοίκων μιας χώρας στο εσωτερικό αυτής
- **Εξερχόμενος τουρισμός** (outbound tourism), όπου αφορά στη μετακίνηση των κατοίκων μιας χώρας προς μία άλλη.
- **Εισερχόμενος τουρισμός** (inbound tourism), όπου γίνεται εισροή αλλοδαπών τουριστών σε μία δεδομένη χώρα.

- **Διεθνής τουρισμός** (international tourism), που αποτελεί το άθροισμα του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού.
- **Εσωτερικός τουρισμός** (internal tourism), που είναι το άθροισμα του εισερχόμενου και εγχώριου τουρισμού.
- **Εθνικός τουρισμός** (national tourism), που είναι ίσος με το άθροισμα του εγχώριου και εξερχόμενου τουρισμού.

Λόγω της διαφοροποίησης των κινήτρων των σύγχρονων τουριστών και της διεύρυνσης του φάσματος των αναγκών που ο σύγχρονος άνθρωπος επιζητά να ικανοποιήσει, μέσω του τουρισμού, η τμηματοποίηση της τουριστικής βιομηχανίας έχει επιφέρει πολλές διαφοροποιήσεις στο τουριστικό προϊόν και έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με βάση το σκοπό που εξυπηρετεί το τουριστικό προϊόν, λοιπόν, και σύμφωνα με τους Λαγός (2005) και Κολτσιδόπουλος (2005), ο τουρισμός χωρίζεται στις επόμενες δύο βασικές κατηγορίες:

- Ο **μαζικός τουρισμός** (mass tourism), ο οποίος νοείται ο τουρισμός με σκοπό τη διασκέδαση και ξεκούραση. Βασικά χαρακτηριστικά του αποτελούν ο μεγάλος όγκος τουριστών, η εποχικότητα, ο διεθνισμός και τέλος η καλή οργάνωση και ο λεπτομερής προσχεδιασμός του τουριστικού πακέτου.
- Ο **τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων** (special interest tourism) ή **εναλλακτικός τουρισμός** (alternative tourism), που περιλαμβάνει τη στοχευμένη μετακίνηση για λόγους που εξυπηρετούν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και σε συγκεκριμένο προορισμό. Οι λόγοι αυτοί μπορεί να είναι σπουδές, υγεία, συνέδρια, αθλητισμός, θρησκεία, κ.ά. (ΠΟΤ, 1963). Κάποια από τα γενικά χαρακτηριστικά, αυτής της μορφής τουρισμού, είναι η έμφαση στη προστασία του περιβάλλοντος και οικοσυστήματος, η αλληλεπίδραση με την πολιτιστική κληρονομιά και η αποφυγή των χαρακτηριστικών του εποχιακού μαζικού τουρισμού (Βικιπαίδεια). Τέλος, κάποιοι από τους παράγοντες ανάπτυξης των διάφορων μορφών τουρισμού είναι, σύμφωνα με τους Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα (2011), η αναζήτηση του διαφοροποιημένου κι εναλλακτικού, το θέμα της τοπικότητας στην ανάπτυξη του τουρισμού, η συνάντηση του «ντόπιου» με τον σύγχρονο τουρίστα, και, η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.

Συχνά, και ανάλογα την εννοιολογική προσέγγιση, ο εναλλακτικός τουρισμός εξειδικεύεται περαιτέρω και αντιμετωπίζεται σαν υποκατηγορία του τουρισμού ειδικών

ενδιαφερόντων, αφού αφορά το εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν, με έμφαση στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και την τοπική κουλτούρα, ενώ παράλληλα, χαρακτηρίζεται ως πολυσύνθετο και καινοτόμο τουριστικό προϊόν.

Κάποιες από τις ειδικές μορφές τουρισμού, σύμφωνα με τους μελετητές Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης (2004), Κοκκώσης και λοιποί (2011) και, Σφακιανάκης (2000) είναι οι ακόλουθες:

- *Επαγγελματικός τουρισμός*: Αποτελεί μια ιδιαίτερα αναπτυσσόμενη μορφή με στόχο τη συμμετοχή του τουρίστα σε σεμινάρια, συνέδρια, και εκθέσεις και διακρίνεται σε *Συνεδριακό* και *Εκθεσιακό τουρισμό*, αλλά και σε *Τουρισμό Σεμιναρίων* και *Τουρισμό Κινήτρων*.
- *Αστικός τουρισμός* (αστικά κέντρα, ιστορικά μνημεία, κ.ά.)
- *Θαλάσσιος τουρισμός*: Σχετίζεται με τη ναύλωση σκαφών, τις κρουαζιέρες και τα σκάφη αναψυχής, την αλιεία, τις καταδύσεις, και ό,τι άλλες δραστηριότητες πραγματοποιούνται στη θάλασσα.
- *Πολιτιστικός τουρισμός*: Εστιάζεται στη νέα γνώση σχετικά με την κουλτούρα, τη παράδοση, τη λαογραφία, την εθνική κληρονομιά ή και τα φεστιβάλ του τουριστικού προορισμού.
- *Αθλητικός τουρισμός*: Αναφέρεται στην ενεργή ή παθητική, τυχαία ή σκόπιμη συμμετοχή, σε τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις σε έναν προορισμό (παρακολούθηση μεγάλων αγώνων όπως οι Ολυμπιακοί, κτλ.), και, μπορεί να συμπεριλάβει τον *χιονοδρομικό, ορειβατικό και περιπατητικό* τουρισμό.
- *Ιατρικός τουρισμός* ή *Τουρισμός υγείας*: Αναφέρεται σε ταξίδια που συντελούνται για ιατρικούς λόγους (επεμβάσεις, περίθαλψη κτλ.) σε κάποιον ανταγωνιστικότερο οικονομικά προορισμό, από αυτόν της μόνιμης κατοικίας του ταξιδιώτη, και ορίζεται σαν τη «*μετακίνηση των ατόμων από τη μόνιμη κατοικία τους προς διάφορους τουριστικούς προορισμούς για λόγους υγείας ή την επίτευξη της βελτίωσης αυτής*» (Κολτσιδόπουλος, 2000). Διακρίνεται σε: *Ιαματικό, Θεραπευτικό τουρισμό* (συνδυάζουν την ξεκούραση με την σωματική και πνευματική αναζωογόνηση και διαδραματίζονται σε χώρους με ιαματικά λουτρά κ.ά.), *Τουρισμό Φυσικοθεραπείας, Υγιεινής διαβίωσης, Ομορφιάς* αλλά και στον *Θερμαλισμό* (Ηγουμενάκης και λοιποί, 1999).
- *Θρησκευτικός τουρισμός*: Επικεντρώνεται σε επισκέψεις σε μοναστήρια, βυζαντινά κ.ά. μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής.

- *Τουρισμός υπαίθρου*: Περιλαμβάνει τον *αγροτουρισμό*, που τελείται σε αγροτικές και περιοχές με κύριο γνώμονα την τριβή του τουρίστα με τις περιβαλλοντικές κ.ά. αξίες και χαρακτηριστικά του τόπου, τον *οικοτουρισμό* που αναπτύσσεται σε μέρη με μεγάλο γεωλογικό πλούτο (χλωρίδα και πανίδα) όπως βουνά, λιμνοθάλασσες, σπήλαια, κτλ., που αποτελούν συνήθως προστατευμένες περιοχές, τον *οινοτουρισμό*, κ.ά.
- *Μαθησιακός τουρισμός*: Έχει στόχο την εκμάθηση και κατάρτιση του συμμετέχοντα και απευθύνεται κυρίως σε νέους ενώ διακρίνεται σε *Εκπαιδευτικό* και *Μαθητικό/Φοιτητικό τουρισμό* (π.χ. προγράμματα τύπου ERASMUS κτλ.).
- *Γεωτουρισμός*: Τελείται σε περιοχές μεγάλου γεωλογικού πλούτου (σπήλαια, φαράγγια, μνημεία κτλ.) με στόχο την επαφή του συμμετέχοντα με το φυσικό περιβάλλον.
- *Κοινωνικός τουρισμός*: Αποτελείται από επιδοτούμενα προγράμματα στα πλαίσια στήριξης διαφόρων κοινωνικών ομάδων όπως οι ΑμεΑ, άνεργοι, ηλικιωμένοι κ.ά.
- Άλλες ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού (πάρκα περιπέτειας, θεματικά πάρκα, κ.ά.)

Βασική διαφορά ανάμεσα στις παραπάνω κατηγορίες είναι ότι, ο εναλλακτικός τουρισμός δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να αναζητούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών, που να συνάδει με την τοπική κουλτούρα και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος ενώ παράλληλα, αποφεύγει να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Αυτές ήταν οι βασικότερες έννοιες για την κατανόηση του θεωρητικού υποβάθρου που διέπει το πολυδιάστατο φαινόμενο του τουρισμού. Εντούτοις, η επίτευξη μιας βαθύτερης αντίληψης σχετικά με τη σπουδαιότητα και την επιρροή του τουρισμού στο σύγχρονο παγκόσμιο οικονομικοκοινωνικό σκηνικό προαπαιτεί και τη μελέτη των βασικών επιδράσεων του, που παρουσιάζονται στις επόμενες ενότητες.

1.4 Επιδράσεις του Τουρισμού

Η ανάπτυξη και διάδοση του φαινομένου του τουρισμού έχει επιφέρει πολλές επιπτώσεις στους τομείς που τον περιβάλλουν, λόγω της πολυπλοκότητας της δομής

του. Σύμφωνα με τους Κοκκώσης και Τσάρτας (2001), οι επιδράσεις του τουρισμού γίνονται εμφανείς στα ακόλουθα περιβάλλοντα:

- Οικονομικό περιβάλλον
- Κοινωνικό περιβάλλον
- Δομημένο περιβάλλον, και,
- Φυσικό περιβάλλον

Οι επιδράσεις αυτές και οι συνιστώσες τους αναλύονται παρακάτω σε επίπεδο οικονομικό, κοινωνικό-πολιτισμικό και περιβαλλοντικό, για λόγους πληρότητας και περιεκτικότητας της παρούσας μελέτης.

1.4.1 Οικονομικές επιδράσεις

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο οικονομικό περιβάλλον είναι πολλές και πολυπαραγοντικές. Αρχικά, έχει σημαντική συμβολή στους δείκτες οικονομικής ευημερίας μιας χώρας, όπως το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), όπως παρουσιάζεται στο **Κεφάλαιο 1.5.2**. Επίσης, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, με βάση, την άμεση και έμμεση απασχόληση και, με χαρακτηριστικό, την υψηλή εποχικότητα. Ακόμα, προκαλεί διάφορες αλλαγές στην επαγγελματική ιδιότητα των κατοίκων μιας αγροτικής και νησιωτικής περιοχής, καθώς, πολλοί κάτοικοι (κυρίως νέοι και γυναίκες) εγκαταλείπουν τον πρωτογενή τομέα και στρέφονται στον τριτογενή, με σκοπό, την άμεση ή έμμεση απασχόλησή τους στα τουριστικά επαγγέλματα. Λόγω του χαρακτηριστικού της εποχικότητας που προαναφέρθηκε, παρατηρείται αυξημένα το φαινόμενο της διπλής ή και τριπλής απασχόλησης των κατοίκων των επαρχιακών τουριστικών περιοχών ενώ, λόγω της εισοδηματικής ανάτασης των εργαζομένων αυτών, επηρεάζεται αντίστοιχα και η αναβάθμιση και εισοδηματική διάρθρωση σε επίπεδο περιφέρειας.

Άλλες χαρακτηριστικές και σημαντικές επιδράσεις που ασκεί ο τουρισμός στην οικονομία ενός κράτος είναι η μεγάλη εισροή ξένου συναλλάγματος και η αύξηση της ρευστότητας στη χώρα-προορισμό, αλλά και, το υψηλό επενδυτικό ενδιαφέρον από μεριάς ιδιωτών για υποδομές και βελτιώσεις σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμούς τουριστικών επιχειρήσεων, ξενοδοχειακών συγκροτημάτων, κ.ά.

Παρόλα τα θετικά αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία μιας χώρας, αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν και αρνητικές επιπτώσεις, που σχετίζονται με τη πολυπλοκότητα του τουρισμού, σαν οικονομική δραστηριότητα, και τη δυσκολία ελέγχου των διαδικασιών αυτής. Αυτές οι επιπτώσεις μπορεί να είναι η κερδοσκοπία και η παραοικονομία, που αναπτύσσονται σε όλο το φάσμα των άμεσα και έμμεσα απασχολούμενων στις τουριστικές επιχειρήσεις (τουριστικά καταλύματα, επισιτιστικές επιχειρήσεις, εταιρίες μεταφορών, κέντρα υγείας, γραφεία τουρισμού, κτλ.), που λόγω της μαζικότητας της ζήτησης, της καιροσκοπίας των επιχειρηματιών και της έλλειψης ενός αυστηρού κρατικού συστήματος ελέγχου, καταφέρνουν να βρίσκουν γόνιμο έδαφος και να αναπτύσσονται επηρεάζοντας αρνητικά την τοπική και εθνική οικονομία.

1.4.2 Κοινωνικές – Πολιτιστικές επιδράσεις

Το φαινόμενο του τουρισμού προκαλεί ποικίλες διαφοροποιήσεις και αλλοιώσεις στην κοινωνική διαρρύθμιση και το δομημένο περιβάλλον στο μέρος που αναπτύσσεται. Αυτές αφορούν, κυρίως, στις νέες υποδομές (μαρίνες, αεροδρόμια, συνεδριακά κέντρα κτλ.), στην αστικοποίηση και χωρητικότητα του δομημένου περιβάλλοντος των νησιωτικών ή αγροτικών περιοχών που ανάγονται σε τουριστικούς προορισμούς αλλά και στην επέμβαση κι αλλοίωση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής των περιοχών αυτών. Ακόμα, προκαλεί αλλοιώσεις στη σύνθεση της τοπικής κοινωνίας και στο σύστημα αξιών και ηθών αυτής λόγω της υψηλής συγκέντρωσης αλλοδαπών (τουριστών, επενδυτών και εργαζομένων), απειλώντας έτσι την γηγενή ταυτότητα και τις παραδοσιακές αξίες του πληθυσμού.

Οι επιδράσεις αυτές έχουν, πλην του αρνητικού τους χαρακτήρα, και κάποιο θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και τον πολιτισμό των τουριστικών περιοχών, όπως είναι η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων, λόγω της χρήσης των αναβαθμισμένων υποδομών, η διαπολιτισμική επικοινωνία και συμβίωση με διαφορετικής προέλευσης ανθρώπους, η ενίσχυση της ειρήνης, η καλλιέργεια και προώθηση του αισθήματος ασφάλειας και εθνικής υπερηφάνειας, κ.ά (Τσάρτας, 1995).

Ακόμα, σε πολιτιστικό επίπεδο, ο τουρισμός προκαλεί κάποιες αρνητικές επιδράσεις στους ιστορικούς οικισμούς και πολιτιστικούς χώρους κυρίως λόγω της

ανάπτυξης αυθαίρετων τουριστικών κα υποδομών, της υψηλής επισκεψιμότητας των ανθρώπων και της φυσικής και χημικής φθοράς των μνημείων. Επίσης, στα μεγάλα ιστορικά κέντρα παρατηρείται συχνά αυξημένη κυκλοφοριακή συμφόρηση και ηχορύπανση. Σε επίπεδο αλλοίωσης των πολιτισμικών χαρακτηριστικών του πληθυσμού, παρατηρούνται επίσης, φαινόμενα εγκληματικότητας (κλοπές, διαπροσωπικές διαφορές, βιαιοπραγίες, κτλ.), παράνομων παιχνιδιών, ακόμα και, πορνείας.

Παρόλα αυτά, ο τουρισμός έχει και θετικές πολιτιστικές επιδράσεις, καθώς, σαν σημαντικός οικονομικός τομέας που είναι, ασκεί ισχυρές πιέσεις σχετικά με τη προστασία, συντήρηση και προβολή των ιστορικών και πολιτισμικών χώρων. Ακόμα, χαρακτηρίζεται και για τις γλωσσολογικές επιπτώσεις του (Τσάρτας, 1995) καθώς αποτελεί κίνητρο για τον γηγενή πληθυσμό στην εκμάθηση ξένων γλωσσών. Ένα επιπλέον θετικό αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης είναι η ενθάρρυνση του ταξιδιώτη αλλά και του μόνιμου κατοίκου, για βαθύτερη επαφή με την εθνική κληρονομιά και τα καλλιτεχνικά στοιχεία του τόπου. Όλα αυτά συντελούν στη γνωριμία κι επανασύνδεση του ατόμου με την κουλτούρα του λαού και στη διεύρυνση των πνευματικών του οριζόντων και αποτελούν σημαντικά πλεονεκτήματα για τους κατοίκους των τουριστικών περιοχών.

1.4.3 Περιβαλλοντικές επιδράσεις

Ο τουρισμός αποτελεί μια παρεμβατική ανθρώπινη δραστηριότητα και σαν όλες τις άλλες, επηρεάζει αρνητικά, άμεσα και έμμεσα, το φυσικό περιβάλλον. Αναφορικά, σε τοπικό επίπεδο, προκαλείται υπερκατανάλωση και μεγάλη ρύπανση σε νερό και θάλασσα (κηπευτικές εργασίες ξενοδοχειακών συγκροτημάτων και golf resort, υψηλά ποσοστά κατανάλωσης ανά τουρίστα, κοκ.) και ηχορύπανση, ενώ, σε ευρύτερο επίπεδο, προκαλείται μόλυνση του υδροφόρου ορίζοντα και των εδαφών λόγω της άτακτης απόρριψης μεγάλων όγκων σκουπιδιών, υπερκατανάλωση ενέργειας, υποβάθμιση και απώλεια της βιοποικιλότητας. Επίσης, η επίδραση του τουρισμού στα οικοσυστήματα διακρίνεται βάσει των διαταραχών, που σχετίζονται με α) τη λειτουργία των οικοσυστημάτων, β) τη δομή τους ή τη μείωση της βιοποικιλότητας και γ) συγκεκριμένους πληθυσμούς σπάνιων ειδών (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Ακόμα, υπάρχουν πολλές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε τουριστικούς περιβαλλοντικούς χώρους όπως τα φυσικά πάρκα, οι προστατευόμενες περιοχές, κ.ά., λόγω της διατάραξης της φυσικής ισορροπίας σε περιόδους τουριστικής αιχμής, αλλά και, στις παράκτιες περιοχές που δέχονται μαζικό τουρισμό και δημιουργούνται πολλά έργα και υποδομές με ελλιπείς περιβαλλοντικές μελέτες.

1.5 Τουριστική Βιομηχανία

Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού άρχισε να εξελίσσεται μετά τον τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, καθώς μέχρι τότε ήταν προτέρημα αποκλειστικά της αριστοκρατίας. Η τουριστική βιομηχανία εξελίχθηκε μέσα από τις κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές αλλαγές που διαδραματίστηκαν από τον 17^ο αιώνα κι έπειτα για να ξεκινήσει από το 1945 να παίρνει τη μορφή που σήμερα ξέρουμε, αυτή, του μαζικού τουρισμού (Ηγουμενάκης, 2000).

Στις μέρες μας πλέον, ο τουρισμός αποτελεί μια τεράστια βιομηχανία, που αναπτύσσεται συνεχώς, καθιστώντας τον έτσι, σε έναν από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Η φύση όμως και η ολιστικότητα του τουριστικού προϊόντος καθορίζουν τη μελέτη και οριοθέτηση της βιομηχανίας αυτής ως εξαιρετικά πολύπλοκη, σε σχέση με αυτή των άλλων κλάδων. Η προσέγγιση με τη μέθοδο της παραγωγής, όπως συνηθίζεται για τους κλάδους, κρίνεται ανεπαρκής, στη περίπτωση του, και για το λόγο αυτό, συνίσταται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ), η προσέγγιση από πλευράς ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.

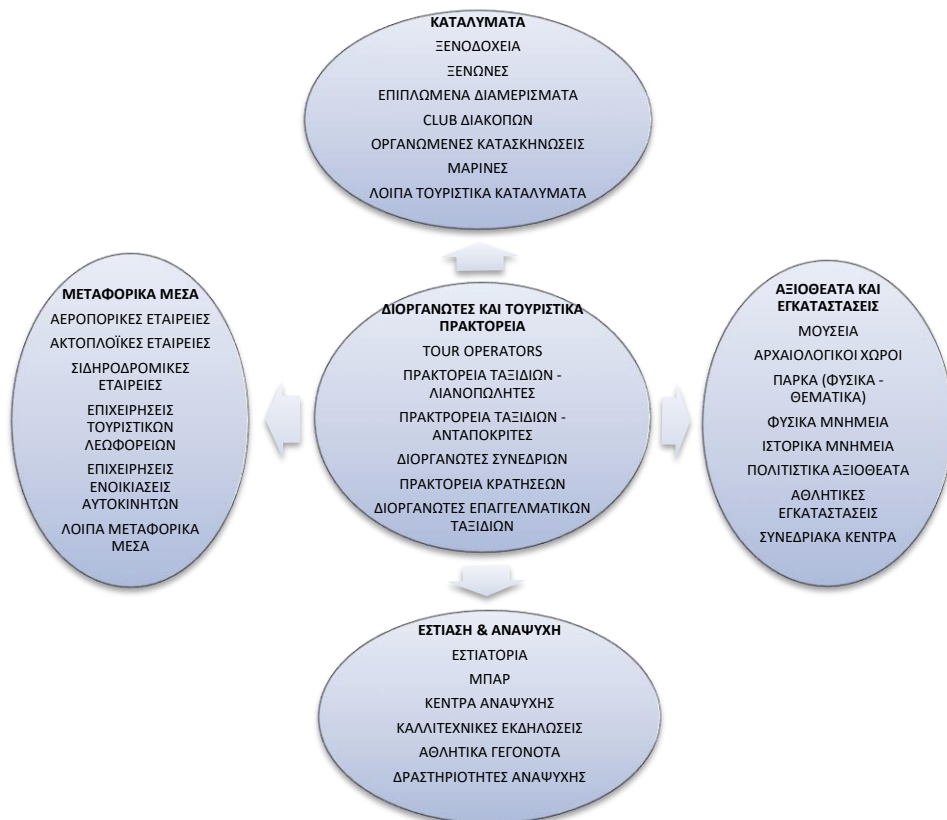
Στα επόμενα υποκεφάλαια, αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά και οικονομικά μεγέθη του τουρισμού, σαν βιομηχανία, που εξυπηρετούν στη βαθύτερη κατανόηση του μεγέθους και της δυναμικής του τουριστικού κλάδου.

1.5.1 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Κλάδου

Εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους της, η τουριστική βιομηχανία είναι δύσκολο να μελετηθεί, για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις που απασχολούνται σε αυτήν έχουν κατηγοριοποιηθεί βάσει δραστηριότητας και βάσει μεγέθους.

Ο διαχωρισμός τους με βάση τη δραστηριότητα, όπως φαίνεται και στο παρακάτω Γράφημα (Γράφημα 1.1) γίνεται σε:

- Καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, οργανωμένα κάμπινγκ, κτλ.)
- Επισιτιστικές επιχειρήσεις (εστιατόρια, καφετέριες, κτλ.)
- Μεταφορές (αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρίες, επίγειες μεταφορές, κτλ.)
- Μεσάζοντες (χονδρέμποροι και ταξιδιωτικά πρακτορεία)



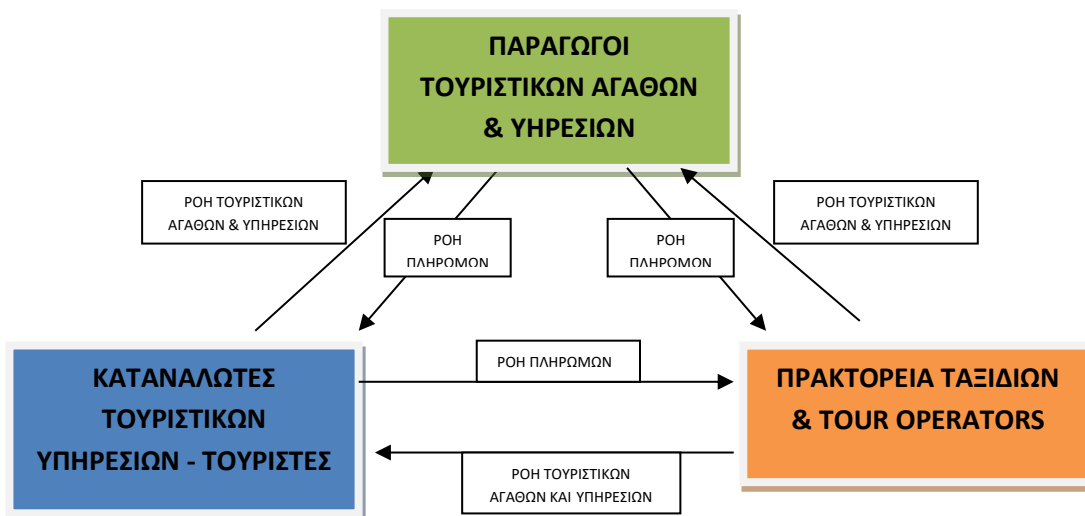
Γράφημα 1.1: Οι επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών
Πηγή: Middleton, T. & Clarke, J. *Marketing in Travel & Tourism*, 2001

Ενώ βάσει μεγέθους διακρίνονται σε:

- Πολυεθνικές
- Μεγάλες εθνικές επιχειρήσεις
- Εθνικές μικρομεσαίες
- Οικογενειακές επιχειρήσεις

Κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά της δομής του τουριστικού κλάδου είναι, αρχικά, η κάθετη ενοποίηση μεταξύ των επιχειρήσεων, η προσπάθεια αξιοποίησης των οικονομιών κλίμακας και ο μεγάλος ανταγωνισμός λόγω της ύπαρξης πολλών μικρών επιχειρήσεων. Επίσης, η εξάρτηση από τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο, αλλά και, το στοιχείο της φθαρτότητας, που οφείλεται σε λόγους εποχικότητας και χαμηλής προβλεψιμότητας του τουριστικού προϊόντος.

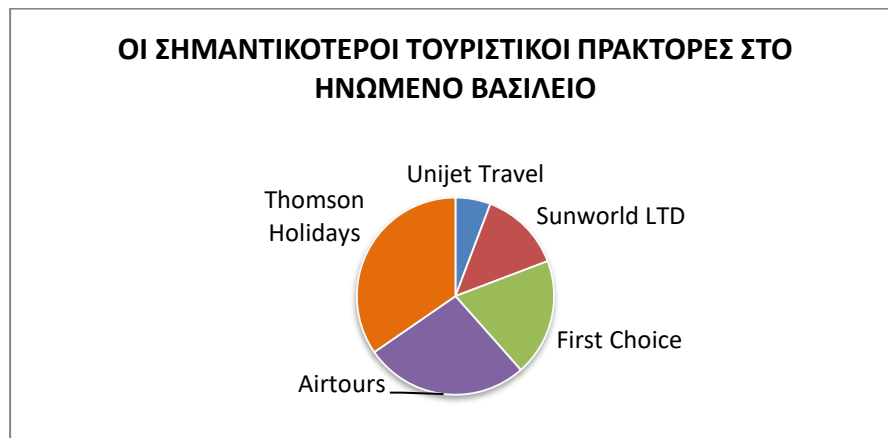
Η κάθετη ενοποίηση μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών κάποιων επιχειρήσεων, με συγκεντρωμένα κεφάλαια (τουριστικά πρακτορεία), οδήγησε στη δημιουργία εταιριών-κολοσσών, των χονδρέμπορων του τουρισμού (tour operators). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι *tour operators* είναι εκείνοι που πωλούν υπηρεσίες στο κοινό και έχουν την ευθύνη του σχεδιασμού και της υλοποίησης όλων των φάσεων ενός ταξιδιού. Στην Ευρώπη, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες εμφανίστηκαν το 1960 και λειτουργώντας μονοππωλιακά μέχρι και σήμερα, έχουν καταφέρει να ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς του τουρισμού. Ακολούθως, στο **Γράφημα 1.2** παρουσιάζεται μία απλή μορφή του τουριστικού κυκλώματος.



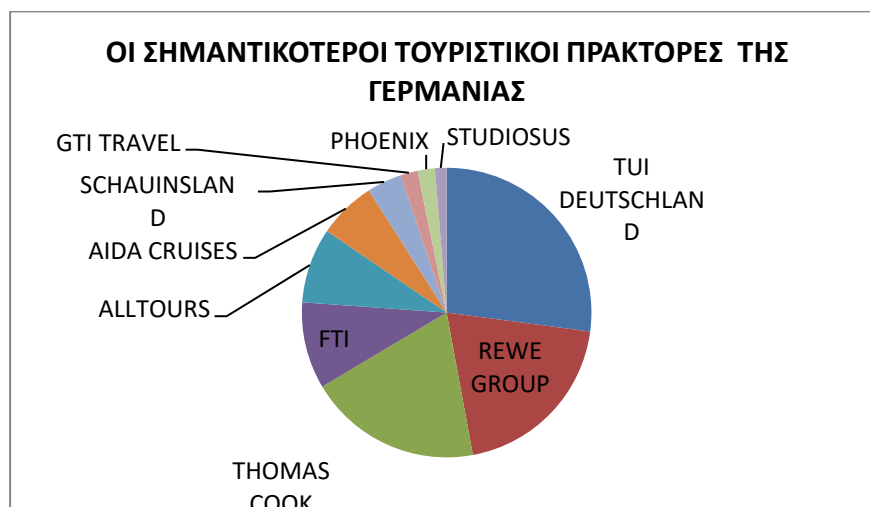
Γράφημα 1.2: Απλοποιημένη μορφή του τουριστικού κυκλώματος

Πηγή: Ηγουμενάκης Ν., Τουριστική Οικονομία, 2007

Στα **Γραφήματα 1.3 και 1.4** παρουσιάζονται οι μεγαλύτεροι ταξιδιωτικοί πράκτορες για τις χώρες Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία, που είναι οι βασικότεροι πάροχοι στην Ευρώπη.



Γράφημα 1.3: Οι σημαντικότεροι τουριστικοί πράκτορες στο Ηνωμένο Βασίλειο
 Πηγή: <http://www.markedbyteachers.com/as-and-a-level/geography/post-war-developments-of-travel-and-tourism.html>



Γράφημα 1.4: Οι σημαντικότεροι τουριστικοί πράκτορες της Γερμανίας
 Πηγή: <https://www.slideshare.net/innovasjon norge/fvw-prsentation120530>

1.5.2 Βασικά οικονομικά μεγέθη του τουρισμού

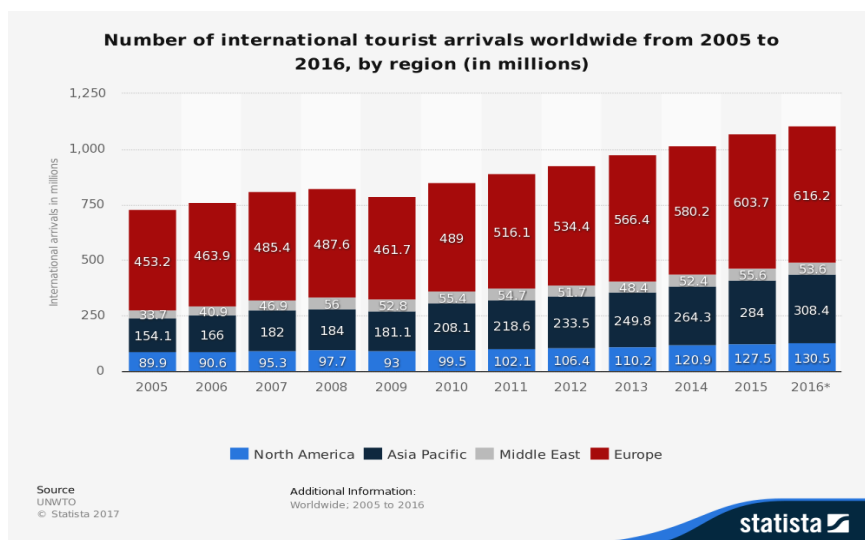
Ο τουρισμός αποτελεί, σε μέγεθος, έναν από τους μεγαλύτερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας, αφού, ο αριθμός των απασχολούμενων επιχειρήσεων ξεπερνά τον αντίστοιχο της βιομηχανίας φαρμάκων, της διατροφής και των εξαγωγών πετρελαίου. Ενδεικτικά, ο τουρισμός συμμετέχει με ποσοστό μεγαλύτερο από 9% στο παγκόσμιο Α.Ε.Π, καταλαμβάνοντας 1 στις 11 θέσεις εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, οι θέσεις εργασίας που δημιούργησε ο κλάδος του τουρισμού για το έτος 2013 ήταν 100.894.000, ενώ η εκτίμηση για το 2024 είναι 126.257.000 άτομα παγκοσμίως. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται συγκεντρωτικά και στο παρακάτω Γράφημα (Γράφημα 1.5).



Γράφημα 1.5: Η συνεισφορά του κλάδου του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία.

Πηγή: UNWTO Tourism Highlights, 2015

Στο **Γράφημα 1.6** απεικονίζεται η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε Ευρώπη, Βόρεια Αμερική, Μέση Ανατολή και Ασία-Ειρηνικός Ωκεανός, μέσα από τον αριθμό αφίξεων των τουριστών για τα έτη 2005 έως και 2016.



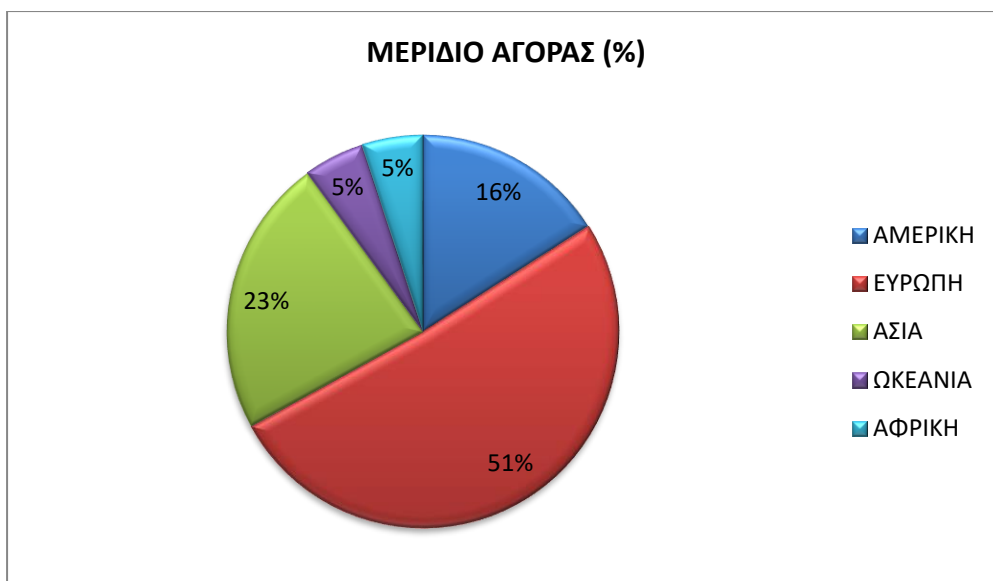
Γράφημα 1.6: Παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις για τα έτη 2005-2016
Πηγή: UNWTO

Στη συνέχεια, στα παρακάτω γραφήματα απεικονίζονται κάποια στοιχεία του παγκόσμιου τουρισμού. Αρχικά, στο **Γράφημα 1.7** απεικονίζονται τα ποσοστά αύξησης του παγκόσμιου τουρισμού, για το πρώτο τετράμηνο του 2017, ενώ στο **Γράφημα 1.8**, το μερίδιο αγοράς που κατέχει η κάθε ήπειρος στην παγκόσμια αγορά, με βάση τον αριθμό των αφίξεων. Παρατηρείται ότι η Ευρώπη κατέχει την πρωτιά στις αφίξεις, με 582 εκατομμύρια τουρίστες για το έτος 2014, και συνεπώς, έχει και το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, σε ποσοστό 51% με βάση τις αφίξεις, συγκριτικά με τις υπόλοιπες ηπείρους.



Γράφημα 1.7: Η αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού ανά περιοχή

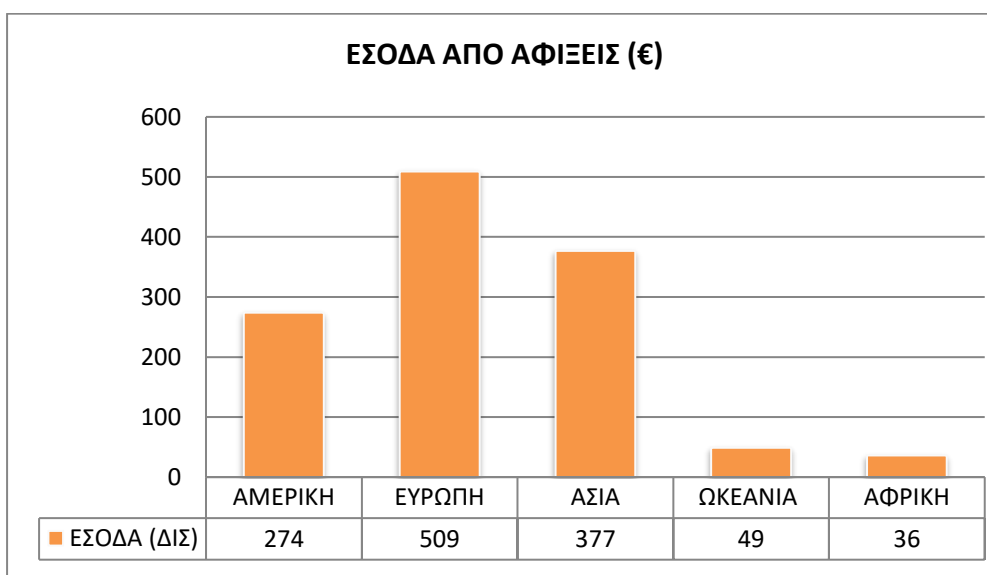
Πηγή: <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1258971/i-europi-othei-se-neo-rekor-tin-pagkosmia-touristiki-kinisi>



Γράφημα 1.8: Μερίδιο αγοράς κάθε ηπείρου σύμφωνα με τις αφίξεις για το 2014

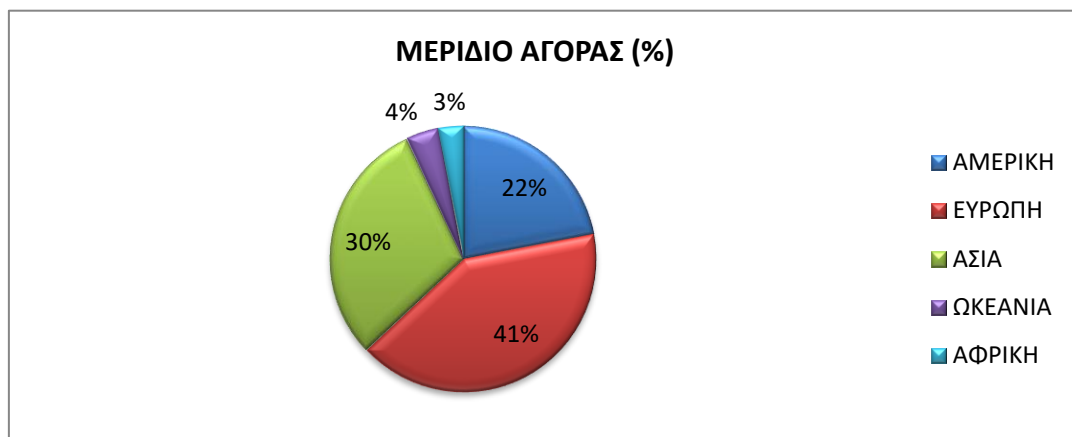
Πηγή: UNWTO Tourism Highlights, 2015

Επίσης, στα **Γραφήματα 1.9 και 1.10** παρουσιάζονται τα έσοδα από τις αφίξεις των τουριστών ανά Ήπειρο για το 2014, καθώς και τα μερίδια αγοράς, όπως αυτά διαμορφώνονται με βάση τα έσοδα των αφίξεων. Παρατηρείται, όπως είναι επόμενο, ότι η Ευρώπη έχει τα περισσότερα έσοδα, αφού είχε και τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων σε τουρίστες για τη χρονιά εκείνη με έσοδα στα 509 δισ. €, που αντιστοιχεί σε μερίδιο αγοράς 41%.



Γράφημα 1.9: Έσοδα από αφίξεις ανά Ήπειρο για το έτος 2014

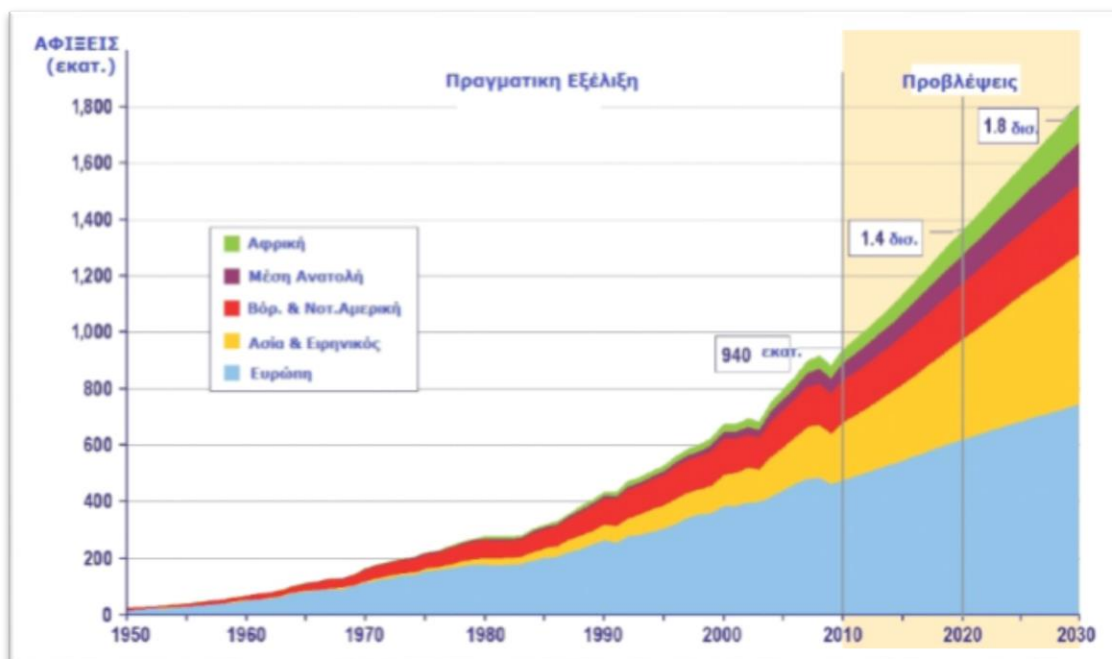
Πηγή: UNWTO Tourism Highlights, 2015



Γράφημα 1.10: Μερίδιο αγοράς κάθε ηπείρου σύμφωνα με τα έσοδα για το 2014

Πηγή: UNWTO *Tourism Highlights, 2015*

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού οι προβλέψεις για την εξέλιξη της παγκόσμιας κατανομής αφίξεων για την Ευρώπη θα έχει σταθερή ανοδική πορεία. Συγκεκριμένα, υπολογίζεται ότι μέσα στη δεκαετία 2010-2020, η Ευρώπη θα προσελκύσει 600 εκατομμύρια τουρίστες, θα έχει δηλαδή μία αύξηση της τάξεως του 50% μέσα στη δεκαετία, ενώ μέχρι το 2030 οι τουρίστες θα έχουν φτάσει τα 700 εκατομμύρια, αριθμός που αντιστοιχεί σε ποσοστό αύξησης 75% από το 2010 έως το 2030, όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα (**Γράφημα 1.11**). Συνεπώς, παρά την άνοδο που προβλέπεται να έχουν οι νέοι προορισμοί ανά τον κόσμο (Μέση Ανατολή, Αφρική), η Ευρώπη θα συνεχίσει να αποτελεί τον σημαντικότερο τουριστικό προορισμό, κάτι που έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, αφού αυτό επηρεάζει σημαντικά το τμήμα της Μεσογείου, που σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία δέχεται το 1/3 των τουριστών του συνόλου της Ευρώπης, αλλά αυξάνεται ταχύτερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.



Γράφημα 1.11: Παγκόσμιος τουρισμός - Η εξέλιξη από το 1950 μέχρι σήμερα- προβλέψεις για το 2030

Πηγή: UNWTO (ΠΟΤ), 2008 *Tourism 2020 Vision*

Συμπεραίνεται λοιπόν από τα παραπάνω γραφήματα, ότι η Ευρώπη κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς παγκοσμίως, από πλευράς αφίξεων και εσόδων και ότι οι προβλέψεις τείνουν να είναι αισιόδοξες για τις χώρες τις ευρωπαϊκής ηπείρου που επενδύουν στη βιομηχανία του τουρισμού. Σε επίπεδο κράτους, η Ελλάδα, εκμεταλλευόμενη τη γεωγραφική της θέση, έχει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην απόσπαση πολύ μεγαλύτερων μεριδίων από την ευρωπαϊκή τουριστική αγορά και την ανάδειξή της σε παγκόσμια δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Στην αμέσως επόμενη ενότητα, θα αναπτυχθούν τα βασικά στοιχεία για την ουσιαστική κατανόηση του επιπέδου του τουρισμού στην Ελλάδα και τη σπουδαιότητα του σαν βασική οικονομική δραστηριότητα.

1.6 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

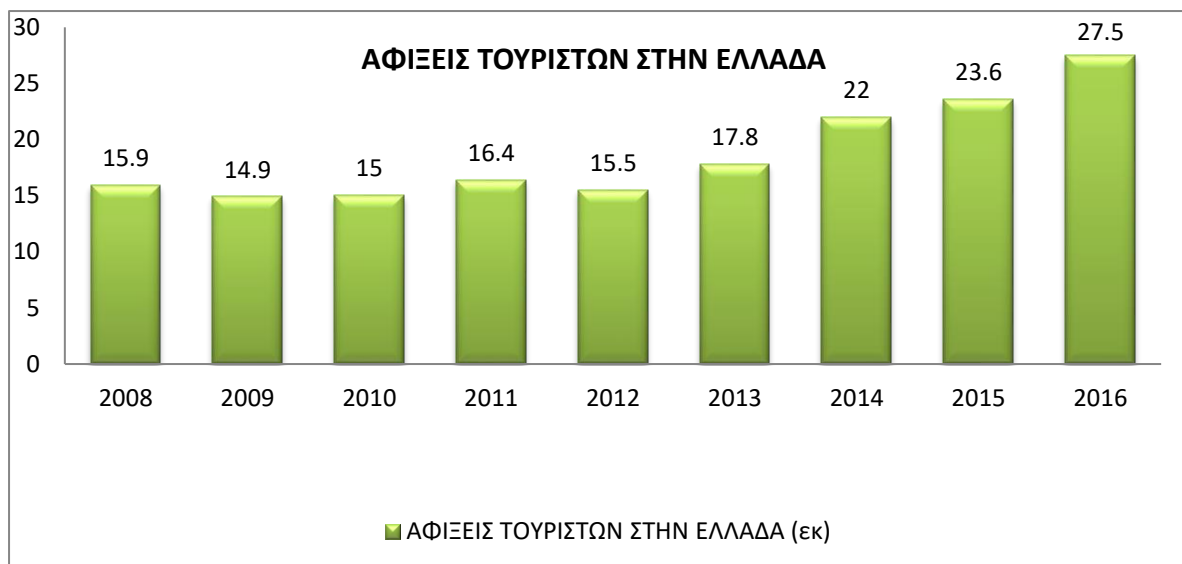
Η πρώτη χώρα στη Μεσόγειο, που ανέπτυξε συστηματικά τουρισμό ήταν η Ιταλία αργότερα η Ισπανία, η Γιουγκοσλαβία, η Ελλάδα και πολύ αργότερα η Τυνησία και το Μαρόκο. Η χώρα μας αρχίζει να δέχεται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα από το

1950 και έπειτα, διότι εκτός από το προϊόν «Ήλιος-Θάλασσα», έχει να προσφέρει τον πολιτισμό και την ιστορία της.

Η Ελλάδα αποτελούσε ανέκαθεν έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, προσφέροντας πολλές εναλλακτικές προτάσεις για τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και αυτό χάρη στην άριστη γεωγραφική της τοποθέτηση στον παγκόσμιο χάρτη. Διαθέτει ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, που έχουν οδηγήσει, τις τελευταίες δεκαετίες, σε σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, καθιστώντας την έτσι, σαν έναν εξαιρετικό παγκόσμιο προορισμό και παράλληλα σε μία τουριστική αγορά, με εξέχουσες επενδυτικές ευκαιρίες. Τα σημαντικότερα από τα πλεονεκτήματα σε επίπεδο τουριστικού προορισμού που διαθέτει η Ελλάδα έναντι άλλων μεσογειακών, βαλκανικών κ.α. χωρών είναι:

- Τεράστια ιστορία και πολιτισμός
- Μεγάλη γεωγραφική ποικιλομορφία
- Ακτογραμμή μήκους 16.000 και πλέον χιλιομέτρων και χιλιάδες (πάνω από 6.000) νησιά
- Καλό επίπεδο εγκαταστάσεων και υποδομών (784.315 κλίνες, 9.757 ξενοδοχεία, 6.000 θέσεις ελλιμενισμού, απευθείας αεροπορικές συνδέσεις με Ευρώπη σε 20 ελληνικά αεροδρόμια, κ.ά.)
- 18 χώροι αναγνωρισμένοι ως Παγκόσμια Πολιτισμική κληρονομιά από την UNESCO (Ακρόπολη, Δελφοί, Άγιο Όρος, Μετέωρα κ.ά.)
- 486 παραλίες και 12 μαρίνες αναγνωρισμένες με Γαλάζια Σημαία (Ελληνική Εταιρία Προστασίας Της Φύσης, 2017)
- 19 μαρίνες σε λειτουργία με 6.661 θέσεις ελλιμενισμού

Στο **Γράφημα 1.12**, απεικονίζονται οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα για τα έτη 2008-2016. Αυτό που παρατηρείται ειδικότερα από το 2012 και έπειτα είναι η ραγδαία αύξηση των αφίξεων, που φτάνει σε ποσοστό 77,42%. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα που μπορεί να προσφέρει, εκτός από τον καλοκαιρινό τουρισμό "Ήλιο - Θάλασσα", και άλλες μορφές τουρισμού, όπως είναι ο αρχαιολογικός - ιστορικός τουρισμός, ο θρησκευτικός - πολιτισμικός, συνεδριακός κ.ά.



Γράφημα 1.12: Οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα από το 2008 έως το 2016

1.6.1 Ελληνικός τουρισμός και οικονομία

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας, καθώς συμβάλλει στην περαιτέρω ανάπτυξη και βελτίωσή της, μέσα από τη δημιουργία πολλών νέων θέσεων εργασίας και την προσέλκυση νέων επενδύσεων. Ο τουρισμός αποτελεί τον κύριο άξονα στήριξης της ελληνικής οικονομίας καθώς συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων σε πολλούς κλάδους, με σημαντικότερους τις υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης, τις μεταφορές, το εμπόριο, τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες καθώς και την αγορά εργασίας.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), οι υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης αποτελούν σχεδόν τα 2/3 της άμεσης επίδρασης στην οικονομία από την τουριστική δαπάνη, ενώ η έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία εκτιμάται στα 5,2 δις ευρώ.

Η τουριστική δραστηριότητα ήταν ο πρώτος οικονομικός τομέας της χώρας, που παρουσίασε ανάκαμψη μετά την παγκόσμια ύφεση, που επηρέασε την ελληνική οικονομία και συνεπώς και τον κλάδο του τουρισμού. Το 2013, η Ελλάδα καταλαμβάνει σε επίπεδο διεθνών αφίξεων την 16^η θέση σημαίνοντας την ανοδική πορεία που ακολούθησε τα επόμενα δύο έτη 2014 - 2015 και η εγχώρια τουριστική δραστηριότητα αυξάνεται. Πιο συγκεκριμένα, το 2014, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15^η θέση σε επίπεδο εσόδων μεταξύ 50 χωρών (22 εκ. αφίξεις τουριστών), ενώ το 2015,


οι τουριστικές αφίξεις αγγίζουν τα 23,6 εκ. Για το 2016, κατέκτησε την 24^η θέση με αριθμό τουριστικών αφίξεων 27,5 εκ., ανάμεσα σε 136 χώρες παγκοσμίως (ΤΤΕ, 2015).

Γενικότερα, από το 2014 και έπειτα σημειώνονται μεγάλες αυξήσεις των τουριστικών αφίξεων και κατ' επέκταση των εσόδων από τον τουρισμό, ενώ αναμένεται πλέον ο τομέας του τουρισμού να προσελκύσει μεγαλύτερο όγκο επενδύσεων, παίζοντας έτσι καταλυτικό ρόλο στη συνολική ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), οι επενδύσεις στον τουρισμό από 2,7 δις € το 2015, ποσοστό 4,8% του συνόλου των επενδύσεων, αναμένεται να αυξηθούν κατά 3,8% μέσα στην επόμενη δεκαετία, αντιπροσωπεύοντας το 17,2% του συνόλου (www.protothema.gr, 2016).

Είναι σημαντικό βέβαια να αναφερθεί ότι, τα τελευταία χρόνια ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις, όπως είναι η οικονομική κρίση, η ισχυρή ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου, καθώς και ο ανταγωνισμός από γειτονικές τουριστικές χώρες. Για τους παραπάνω λόγους, η Ελλάδα, για να καταφέρει να βελτιώσει τα έσοδα της από τον τουρισμό, θα πρέπει να επικεντρωθεί στη δημιουργία ενός ακόμα φιλικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, μειώνοντας τη φορολογία και δημιουργώντας ένα ευέλικτο νομοθετικό σύστημα.

Στο παρακάτω πίνακα (**Πίνακας 1.1**) απεικονίζονται τα βασικότερα στοιχεία της χώρας, που αφορούν τον τουρισμό για το έτος 2016 όπως τα αναφέρει ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Ένα από αυτά τα στοιχεία, που συμβάλλει σημαντικά στην ελληνική οικονομία είναι το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Σύμφωνα με το IOBE, το ΑΕΠ αυξάνεται κατά 2.220€ περίπου, για κάθε 1.000€ τουριστικής δαπάνης, κάνοντας έτσι κατανοητό το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει ο τουρισμός στο ΑΕΠ και κατ' επέκταση στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Όπως φαίνεται στον επόμενο πίνακα, ο τουρισμός συμμετείχε κατά 18,6% στο ΑΕΠ για το 2016 (WTTC), με έσοδα 12,7 δις € (ΤΤΕ), και με συνολική απασχόληση 860.315 άτομα (WTTC). Μάλιστα, αναμένεται μέχρι το 2026 ότι θα ξεπεράσει τα 45 δις €, αντιπροσωπεύοντας το 22,4% του ΑΕΠ.

Πίνακας 1.1 Τα βασικότερα μεγέθη του τουρισμού στην Ελλάδα για το έτος
2016



Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2016	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,6% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	23,4% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	860.315 [WTTC]
Έσοδα	12,7 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	24,7 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	514 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Μερίδιο Αγοράς (2015)	2% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη
Επαχτικότητα	56% των αφιξεων αλλοδαπων πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.730 ξενοδοχεία / 788.553 κλίνες [ΕΕΕ]
Τορ 5 αγορές	Γερμανία (3.138.735), Ην. Βασίλειο (2.894.655), Ιταλία (1.386.902), Γαλλία (1.313.536), Ρωσία (595.482) [ΤτΕ]
Τορ 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (4.526.035), Ηράκλειο (2.885.154), Ρόδος (2.091.066), Θεσσαλονίκη (1.724.599), Κέρκυρα (1.243.718) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]

Πηγή: <http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Πέραν βέβαια από το ΑΕΠ, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει αποτελέσει και τον βασικότερο πυλώνα ανάπτυξης και απασχόλησης του εργατικού δυναμικού, καθώς δημιουργεί χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας, παίζοντας έτσι πρωταγωνιστικό ρόλο στην καταπολέμηση της ανεργίας. Ειδικότερα, στις μέρες μας που η χώρα βιώνει έντονα την οικονομική κρίση, ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην αγορά εργασίας, παρουσιάζοντας συνεχή αύξηση στα έσοδα και στις αφίξεις επισκεπτών. Αυτό είναι απόρροια, τόσο, της συνεχούς προσπάθειας των τουριστικών επιχειρήσεων σε συνεργασία με την ελληνική κυβέρνηση να εξελίσσουν τα τουριστικά προϊόντα, όσο και, της ανάπτυξης νέων και σημαντικών αγορών για την Ελλάδα, όπως η Ρωσία, η Κίνα, η Τουρκία και το Ισραήλ.

Στις μέρες μας, το 23,4% (WTTC) των εργαζομένων απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον κλάδο του τουρισμού, και αναμένεται ότι το ποσοστό θα αυξηθεί ακόμα περισσότερο μέσα στην επόμενη δεκαετία, δημιουργώντας μέχρι και 200.000 νέες θέσεις εργασίας. Αναφορικά, για το 2015, ο τουρισμός συμμετείχε σε ποσοστό 23,1%

της συνολικής απασχόλησης αντιστοιχώντας σε 882.000 θέσεις εργασίας, οδηγώντας έτσι σε 14,8% αύξηση της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα, καθώς και των αμοιβών κατά 13,3%, ενώ για το 2016, σύμφωνα με το Υπουργείο Εργασίας, το 82,8% της αύξησης της μισθωτής απασχόλησης προήλθε από τον τουριστικό τομέα. Οι προβλέψεις για την επόμενη δεκαετία είναι ευοίωνες, καθώς αναμένεται αύξηση κατά 3% έως το 2026 και τις θέσεις εργασίας να αγγίζουν το 1.095.000, δηλαδή συμβολή του τουρισμού στη συνολική απασχόληση σε ποσοστό 28% (Αλεξιάκης, 2016).

Ο ελληνικός τουρισμός όμως, όπως και κάθε άλλος κλάδος, παρουσιάζει κι αυτός τις δικές του αδυναμίες, οι οποίες θα πρέπει να αποτελέσουν το κίνητρο για την περαιτέρω βελτίωσή του αλλά και ανάπτυξή του. Μερικές από τις σημαντικότερες αδυναμίες του είναι η εποχικότητά του, δηλαδή η σύνδεση του τουρισμού αποκλειστικά με την καλοκαιρινή περίοδο, καθώς και η αυξημένη τουριστική προσέλευση σε συγκεκριμένες ελληνικές περιοχές (χωρική συγκέντρωση). Για να ενισχυθεί και να βελτιωθεί η τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας, θα πρέπει να ακολουθηθεί ένα στρατηγικό σχέδιο, το οποίο θα πρέπει να περιλαμβάνει συνοπτικά τα εξής (INVEST in GREECE):

- Άμβλυνση της εποχικότητας, μέσω της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.
- Περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που θα επιτρέψουν στον τουρισμό να επεκταθεί και σε άλλες περιοχές της ελληνικής επικράτειας, ενισχύοντας έτσι την περιφέρεια, αλλά και αυξάνοντας την τουριστική προσέλευση σε όλο το πλάτος και μήκος της Ελλάδας, όχι μόνο σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές.
- Αύξηση της ζήτησης καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, μέσα από την ανάπτυξη διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων, που θα στοχεύουν σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως θρησκευτικός τουρισμός, ιατρικός κτλ.
- Προσέλκυση τουριστών με υψηλό οικονομικό στάτους, συμβάλλοντας και στην αύξηση του μέσου εσόδου ανά επισκέπτη.
- Άνοιγμα σε νέες αγορές μέσα από διάφορες πολιτικές μάρκετινγκ.
- Αναβάθμιση του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος " Ήλιος και Θάλασσα".

- Δημιουργία κατάλληλων υποδομών για την προσέλκυση τουριστικού κοινού ΑμεΑ.

Από την παραπάνω μελέτη συμπεραίνεται, ότι ο τουρισμός είναι ίσως ο σημαντικότερος επιχειρηματικός τομέας στην Ελλάδα και μπορεί να συμβάλλει άμεσα στην ανάταση της εθνικής οικονομίας. Αποτελεί έναν κλάδο ακόρεστης δυναμικής ειδικά για την Ελλάδα, που σαν χώρα, πληροί τις προϋποθέσεις για όλων των ειδών τις τουριστικές ανάγκες. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, το γεγονός ότι στις περισσότερες ιστοσελίδες ευρωπαϊκών πρακτορείων, υπάρχει, ένας τουλάχιστον, ελληνικός προορισμός μέσα στους προτεινόμενους ανά θεματικό τουριστικό πακέτο (Ήλιος και Θάλασσα, Αστικός τουρισμός, Πολιτιστικοί προορισμοί, Γαστρονομικοί προορισμοί, Ρομαντικά πακέτα, Προορισμοί για σκι, κτλ.).

Καθώς εξελίσσονται και αυξάνονται αυτές οι καταναλωτικές ανάγκες, η τμηματοποίηση του τουρισμού και η δημιουργία αυτοτελών κατηγοριών και μορφών τουρισμού (**Κεφάλαιο 1.3.1**) προϋποθέτει την άμεση εξειδίκευση των υποδομών και υπηρεσιών που προσφέρονται στα πλαίσια ενός κράτους με τις προδιαγραφές της Ελλάδας. Αυτές οι υποδομές και υπηρεσίες μπορεί να είναι σε επίπεδο ιατρικών, πολιτισμικών, συνεδριακών, αρχιτεκτονικών, αθλητικών κ.ά. προδιαγραφών ανάλογα με την αγορά - στόχο και το υπό εξέταση είδος τουρισμού. Ωστόσο, η επιτυχής ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών για την ανάδειξη των Ειδικών κι Εναλλακτικών μορφών τουρισμού (επαγγελματικός, αστικός, θαλάσσιος, αθλητικός, ιατρικός, κοινωνικός τουρισμός κτλ.) προαπαιτεί τη βαθύτερη μελέτη και κατανόηση των ιδιαίτερων αναγκών των καταναλωτών στους οποίους απευθύνονται αυτές οι υποκατηγορίες τουρισμού.

Η συγκεκριμένη εργασία ασχολείται με μια μορφή Κοινωνικού τουρισμού, τον Τουρισμό Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ), για τη μελέτη και κατανόηση της έννοιας και των προοπτικών του οποίου, διαμορφώθηκαν και παρουσιάζονται ακολούθως το **Κεφάλαιο 2** και **Κεφάλαιο 3**, στα οποία διευκρινίζονται ο ορισμός, τα μοντέλα, οι κατηγορίες και το νομικό πλαίσιο της αναπηρίας, κι έπειτα, αναλύεται η σπουδαιότητα και οι προοπτικές του τουρισμού αναπήρων όπως επίσης και οι εννοιολογικές προσεγγίσεις των βασικών ορολογιών που διέπουν αυτή τη μορφή τουρισμού (προσβασιμότητα, καθολικός σχεδιασμός, προσβάσιμος τουρισμός).

Η δυναμική του τουρισμού σαν βιομηχανία, κάνει σαφές ότι ο τουρισμός αποτελεί το μέλλον της χώρας. Η έγκαιρη συνειδητοποίηση και κινητοποίησή μας, σαν λαός και πολιτεία σχετικά με τα πολυδιάστατα οφέλη της εκμετάλλευσης και τμηματοποίησης του τουριστικού φαινομένου στη χώρα μας, θα είναι τα επόμενα χρόνια, καθοριστικής σημασίας για την αειφόρο ανάπτυξη αυτής. Είναι συνεπώς χρέος της ελληνικής κοινωνίας να ασχοληθεί καθολικά και ανταγωνιστικά με τις ανεξάντλητες προοπτικές του ειδικού κι εναλλακτικού τουρισμού τόσο σε ιδιωτικό όσο και σε κρατικό επίπεδο (INSETE, 2016).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ

2.1 Ο ορισμός της αναπηρίας

Βάσει του χαμηλού επιπέδου κοινωνικής εξοικείωσης με το θέμα της αναπηρίας, είθισται να χρησιμοποιούμε και να αντιλαμβανόμαστε τον όρο «ΑμεΑ» σαν το κοινωνικό σύνολο των μειονεκτούντων ανθρώπων που παρουσιάζουν κάποια σωματική/συμπεριφορική «διαφορετικότητα», θεωρώντας ότι η αναπηρία αφορά την αρτιότητα των αισθητήριων και λοιπών οργάνων του σώματος, όπως και διανοητικές και ψυχικές βλάβες. Η βιομηχανική, τεχνολογική και κοινωνική εξέλιξη των τελευταίων δεκαετιών επέδρασε θετικά στην ενασχόληση πολλών μελετητών με το θέμα της αναπηρίας, όσον αφορά τον ορισμό, τις διαστάσεις και προσεγγίσεις αυτού του πολυδιάστατου φαινομένου, όπως παρουσιάζεται ακολούθως.

Στη Διεθνή Σύμβαση για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία, που ήταν και η πρώτη προσπάθεια διεθνούς νομικής κατοχύρωσης των δικαιωμάτων των αναπήρων, αναγνωρίζεται, το 1975, από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) ότι, η αναπηρία αποτελεί *«μια εξελισσόμενη έννοια και απορρέει από την αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων με βλάβη και διαταραχές συμπεριφοράς και των εμποδίων που προέρχονται από το περιβάλλον τους, που δυσχεραίνουν την πλήρη και αποτελεσματική συμμετοχή τους στην κοινωνία σε ίση βάση με τους άλλους»*, ενώ, *«στα ΑμεΑ συμπεριλαμβάνονται άτομα με μακροχρόνιες σωματικές, νοητικές, πνευματικές ή αισθητηριακές βλάβες, οι οποίες σε αλληλεπίδραση με διάφορα εμπόδια δύνανται να παρεμποδίσουν την πλήρη και αποτελεσματική συμμετοχή τους στην κοινωνία σε ίση βάση με τους άλλους»*.

Ένας ορισμός ακόμα έρχεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ) και υποστηρίζει ότι *«Ο όρος αναπηρίες είναι ένας όρος- ομπρέλα που συμπεριλαμβάνει τις βλάβες, τους περιορισμούς δραστηριοτήτων και τα κωλύματα συμμετοχής. Βλάβη είναι ένα πρόβλημα στη σωματική λειτουργία ή κατασκευή, περιορισμός δραστηριοτήτων είναι μια δυσκολία που αντιμετωπίζει ένα άτομο στη διεκπεραίωση μιας εργασίας ή δράσης, ενώ, κώλυμα συμμετοχής είναι ένα πρόβλημα που βιώνει ένα άτομο σε καθημερινές καταστάσεις»*. Ο ορισμός αυτός αντιλαμβάνεται την

πολυπλοκότητα του φαινομένου της αναπηρίας και την αλληλεπίδραση του ανάπηρου ατόμου με το περιβάλλον.

Τέλος, «ο όρος ΑμεΑ περιλαμβάνει τα άτομα με σοβαρές ανεπάρκειες ή μειονεξίες που οφείλονται σε σωματικές βλάβες, συμπεριλαμβανομένων και των βλαβών των αισθήσεων ή σε διανοητικές ή ψυχικές βλάβες, οι οποίες περιορίζουν ή αποκλείουν την εκτέλεση δραστηριότητας ή λειτουργίας, η οποία θεωρείται κανονική για έναν άνθρωπο» (Σταθόπουλος, 2005).

2.2 Μοντέλα αναπηρίας

Το *Ιατρικό-ατομικό* ή *Ιατρό-κεντρικό* μοντέλο αναπηρίας (Medical Model) αντιλαμβάνεται την αναπηρία σαν μια δυσλειτουργική, μη «κανονική» κατάσταση υγείας που χρήζει ιατρικής παρακολούθησης, διόρθωσης και θεραπείας, καθώς ορίζεται σαν τη σωματική, ψυχολογική ή νοητική απόκλιση από το θεωρητικά «φυσιολογικό». Η σωματική και γενικά βιολογική ανεπάρκεια των μειονεκτούντων ατόμων προκαλεί προβλήματα κοινωνικής και άλλης φύσης στα άτομα αυτά, ενώ ταυτόχρονα, το επίπεδο διόρθωσης της δυσλειτουργίας τους αποτελεί το βασικό παράγοντα «κανονικοποίησης» και ένταξής τους στο κοινωνικό περιβάλλον. Η προσέγγιση αυτή αποτελούσε το επικρατέστερο μοντέλο, μέχρι τη δεκαετία του '80, ενώ πλέον χαρακτηρίζεται προβληματική και αναχρονιστική καθώς στηρίζεται σε προκατειλημμένες και ρατσιστικές απόψεις που ενισχύουν τον κοινωνικό αποκλεισμό και τη διαφοροποίηση των ανθρώπων αυτών και συνεπώς, οξύνουν τα προβλήματά τους (Αναγνωστόπουλος και Ποταμιανός, 2008).

Στον αντίποδα αυτής της προσέγγισης, βρίσκεται το *Κοινωνικό Μοντέλο* της αναπηρίας (Social Model), το οποίο δεν εστιάζει στην ανικανότητα του ατόμου να ενταχθεί στο περιβάλλον, αλλά αντιθέτως, στην ανικανότητα της κοινωνίας για αρμονική και ισόνομη συνένταξη των ανθρώπων στα πλαίσια αυτής. Χαρακτηρίζει την αναπηρία σαν την «απώλεια ή περιορισμό των ευκαιριών για συμμετοχή στην κανονική ζωή της κοινότητας σε ισότιμη βάση με τους άλλους, λόγω φυσικών ή κοινωνικών φραγμών» (Disabled Peoples' International). Επιπρόσθετα, «η αναπηρία απορρέει περισσότερο από την αποτυχία ενός δομημένου κοινωνικού περιβάλλοντος να προσαρμοστεί στις ανάγκες και τις φιλοδοξίες των πολιτών με αναπηρίες, παρά

από την ανικανότητα ενός ατόμου με αναπηρία να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της κοινωνίας» (Hahn, 1985).

Στο μοντέλο αυτό, στηρίζεται ο διαχωρισμός των εννοιών, μεταξύ, σωματικής βλάβης και αναπηρίας, κατά τον οποίο, η βλάβη οριοθετεί μια σωματική κατάσταση μερικής ή ολικής στέρξης κάποιου μέλους ή ύπαρξης ελαττωματικού μέλους. Αντίθετα, ως αναπηρία ορίζεται ο περιορισμός δραστηριοτήτων και ευκαιριών που προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος κοινωνικής οργάνωσης, ο οποίος αποκλείει τους ανθρώπους με φυσικές βλάβες από τις κοινωνικές δραστηριότητες (UPIAS, 1976, Barton και Oliver, 1997). Ακόμα, η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας (ΠΟΥ) εισάγει το διαχωρισμό, μεταξύ, φυσικής ανικανότητας του ατόμου και αναπηρίας, χαρακτηρίζοντας τη δεύτερη ως το κοινωνικό φαινόμενο της διάκρισης που υφίσταται το άτομο, σαν αποτέλεσμα προβληματικών περιβαλλοντολογικών αιτιών, που επιδρούν αρνητικά σε σημαντικούς τομείς της διαβίωσής του (εκπαίδευση, απασχόληση, αυτοεξυπηρέτηση κτλ.) (WHO, 2002). Τέλος, στα πλαίσια του κοινωνικού μοντέλου, εισάγονται και στηρίζονται οι έννοιες της προσβασιμότητας και του καθολικού σχεδιασμού, που αφορούν τις αναγκαίες προσαρμογές της κοινωνικής δομής και αναλύονται σε επόμενο κεφάλαιο.

Πίνακας 2.1: Οι διαφοροποιήσεις των προτύπων της αναπηρίας

ΠΑΛΑΙΟ ΙΑΤΡΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ	ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ
Ο ανάπηρος αντιμετωπίζεται σαν ελλιπής ή μειονεκτικός	Ο ανάπηρος αντιμετωπίζεται ως διαφορετικός. Δεν σημαίνει ελλιπής.
Υπάρχει ένα ευρύ πεδίο βιολογικών- ψυχολογικών ανωμαλιών και ελαττωμάτων	Υπάρχει η στάση του κοινωνικού συνόλου, που απολήγει στο κοινωνικό στίγμα.
Η ορολογία τείνει να είναι πολύ αρνητική	Η ορολογία τείνει να είναι θετική.
Η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από ελαττώματα, προβλήματα ή χαρακτηριστικά	Η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από υποκειμενικές εκτιμήσεις, δεδομένα και

προσωπικές δυνατότητες και αδυναμίες.	
Στόχος είναι να δοθούν συμβουλές και συνταγές στον άρρωστο	Στόχος είναι να ενθαρρύνει το άτομο, ώστε να αναλάβει ενεργό ρόλο στην αυτοανάπλασή του.
Οι γραφικές αναπαραστάσεις και τα μηνύματα είναι παθητικά	Οι γραφικές παραστάσεις και τα μηνύματα είναι ενεργητικά

Πηγή: Σταυριανόπουλος, Σ. 2007.

Μια ακόμα πιο σφαιρική και ολιστική άποψη για την αναπηρία είναι αυτή του *Βιοψυχοκοινωνικού/Πολυδιάστατου Μοντέλου* (Biopsychosocial Model), η οποία υιοθετήθηκε, το 2011, στα πλαίσια της Παγκόσμιας Έκθεσης για την Αναπηρία. Το μοντέλο αυτό αντιλαμβάνεται την αναπηρία σαν το πολυπαραγοντικό φαινόμενο του συνδυασμού των χαρακτηριστικών ατόμου-περιβάλλοντος και η έμφαση δίνεται στην αλληλεπίδραση των βιολογικών και κοινωνικών παραγόντων. Αναγνωρίζεται η επίδραση των χαρακτηριστικών του περιβάλλοντος στη γενική εμπειρία του ατόμου και στην ποιότητα διαβίωσής του και γίνεται έντονη η αναγκαιότητα άρσης των περιβαλλοντικών και κοινωνικών φραγμών (WHO, 2001).

2.3 Κατηγορίες και Διαστάσεις Αναπηρίας

Οι κατηγορίες των διαταραχών που συνθέτουν την έννοια της αναπηρίας βάσει της φύσης της βλάβης είναι σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία οι εξής: (ΕΤΤΑΔ, 2007)

- Διαταραχές προσωπικότητας κ.ά.
- Σοβαρές γνωστικές, ψυχικές κ.ά. παθήσεις
- Μαθησιακές δυσκολίες (δυσλεξία, δυσαριθμησία, δυσαναγνωσία)
- Ελαφριά και μέση νοητική υστέρηση
- Βαριά νοητική υστέρηση

- Οργανικά νοσήματα και χρόνιες παθήσεις (μεσογειακή αναιμία, νεφρική ανεπάρκεια, σακχαρώδης διαβήτης, αρτηριοσκληρυνση, ασθένεια Χάνσεν, επιληψία, ρευματικές παθήσεις, καρδιοπάθειες κλπ.)
- Απώλεια ακοής
- Κώφωση
- Ελλιπής όραση
- Τύφλωση
- Πολλαπλές μειονεξίες
- Νευρολογικές ή Ορθοπεδικές βλάβες (σοβαρά κινητικά προβλήματα, πολλαπλές αναπηρίες, σπαστικότητα, ημιπληγία, παραπληγία, τετραπληγία, κ.ά.)

Οι σωματικές διαταραχές, βάσει ιατρικής, ταξινομούνται ανάλογα με το χρόνο εκδήλωσης, στις κατηγορίες:

- Βλάβες από ατυχήματα
- Βλάβες από ασθένειες
- Εκ γενετής βλάβες
- Μυο-σκελετικές διαταραχές
- Νευρολογικές διαταραχές

Τέλος, η κατηγοριοποίηση, βάσει της μονιμότητας της βλάβης, έχει ως εξής:

- Μόνιμη βλάβη: Κινητικές αναπηρίες, Τύφλωση, Οργανικά νοσήματα, κ.ά.
- Παροδική βλάβη: Τραυματίες, παροδικά ασθενείς κλπ.

2.4 Δικαιώματα των ανθρώπων με αναπηρία

Ο ρόλος του κράτους στη διασφάλιση των δικαιωμάτων των πολιτών του και στην εύρυθμη λειτουργία τους ως κοινωνικά και παραγωγικά όντα είναι μείζονος σημασίας, πόσο μάλλον όταν αφορά ομάδες πολιτών που χρήζουν είτε υγειονομικής είτε κοινωνικής υποστήριξης, όπως οι άνθρωποι με αναπηρίες. Το κράτος έχει υποχρέωση να θεσπίζει, να προάγει και να τηρεί νόμους υπέρ της προστασίας και διασφάλισης της ποιότητας ζωής των πολιτών του, με ισάξιο και ισόνομο τρόπο. Τις τελευταίες δεκαετίες, αλλάζει σταδιακά το παγκόσμιο γίνεσθαι όσον αφορά τα

δικαιώματα των ΑμεΑ και την σχετική νοοτροπία του κόσμου, καθώς αυξάνεται ολοένα και περισσότερο η ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση σε ατομικό, συλλογικό και κυβερνητικό επίπεδο, λόγω των σπουδαίων αποτελεσμάτων των σχετικών ερευνών της παγκόσμιας ερευνητικής και ακαδημαϊκής κοινότητας.

Οι πρώτες χώρες που ανέπτυξαν νομοθετικά πλαίσια εστιασμένα στη βελτίωση της διαβίωσης των αναπήρων ήταν η Αυστραλία, ο Καναδάς, το Ηνωμένο Βασίλειο και οι Η.Π.Α. Σήμερα στην Ευρώπη, υπάρχει μεγάλη ετερογένεια, στο επίπεδο εφαρμογής των ευρωπαϊκών διατάξεων μεταξύ των χωρών, καθώς αυτό προϋποθέτει, αφενός, την ύπαρξη των αναγκαίων οικονομικών πόρων σε κάθε κράτος, κι αφετέρου, την κοινωνική ευαισθητοποίηση και την παιδεία του κάθε λαού. Κάποια από τα βασικότερα πλαίσια που θεσπίστηκαν σχετικά με τα δικαιώματα των ΑμεΑ και συνάδουν άμεσα με τον σκοπό της παρούσας μελέτης είναι τα παρακάτω:

Η Διακήρυξη για τα Δικαιώματα των Αναπήρων Ατόμων (ΟΗΕ, 1948) αναφέρει μεταξύ άλλων τα εξής:

- Ο όρος «*ανάπηρο άτομο*» σημαίνει κάθε άτομο ανίκανο να επιβεβαιώσει από μόνο του, ολικά ή μερικά, εξαιτίας μειωμένων σωματικών ή πνευματικών δυνατοτήτων που έχει εκ γενετής ή όχι.
- Τα ανάπηρα άτομα θα απολαμβάνουν όλα τα δικαιώματα που προβάλλονται σ' αυτή τη Διακήρυξη. Αυτά τα δικαιώματα θα αποδοθούν σ' όλα τα ανάπηρα άτομα, χωρίς οποιαδήποτε εξαίρεση και χωρίς θρησκείας, πολιτικών ή άλλων γνώμων, εθνικής ή κοινωνικής καταγωγής, οικονομικής κατάστασης, γέννησης ή όποιας άλλης κατάστασης που αφορά το ίδιο το ανάπηρο άτομο ή την οικογένειά του.
- Τα ανάπηρα άτομα δικαιούνται να απολαμβάνουν τα μέτρα που σχεδιάστηκαν για να τα καταστήσουν ικανά να γίνουν όσο το δυνατόν αυτοδύναμα.
- Τα άτομα αυτής της κοινωνικής ομάδας έχουν το δικαίωμα για ιατρική, ψυχολογική και λειτουργική μεταχείριση, συμπεριλαμβανομένων προσθετικών και υποβοηθητικών συσκευών, για ιατρική και κοινωνική αποκατάσταση, για εκπαίδευση, για επαγγελματική κατάρτιση και αποκατάσταση για βοήθεια, για συμβουλευτική, για υπηρεσίες τοποθέτησης σε εργασία και για άλλες υπηρεσίες, που θα τα καταστήσουν ικανά να αναπτύξουν τις ικανότητες και δεξιότητές τους στο ανώτατο όριο και θα επισπεύσουν τη διαδικασία της κοινωνικής ενσωμάτωσης ή επανενσωμάτωσής τους.

- Έχουν το δικαίωμα για οικονομική και κοινωνική ασφάλιση και για ένα καθώς πρέπει επίπεδο ζωής, σύμφωνα με τις ικανότητές τους, καθώς επίσης και, το δικαίωμα, να εξασφαλίσουν και να διατηρήσουν την εργασία ή να ενασχοληθούν με ένα επάγγελμα που να ανταμείβεται, χρήσιμο και παραγωγικό, και να συμμετέχουν σε εμπορικές ενώσεις.
- Τα ανάπηρα άτομα έχουν το δικαίωμα να λαμβάνονται υπόψη οι ειδικές ανάγκες τους σ' όλα τα επίπεδα του οικονομικού και κοινωνικού προγραμματισμού.

Όπως αναφέρεται στο Άρθρο 26 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ 2000), *«Η Ένωση αναγνωρίζει και σέβεται το δικαίωμα των Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες να επωφελούνται μέτρων, που θα τους εξασφαλίζουν την αυτονομία τους, την κοινωνική και επαγγελματική τους ένταξη και την συμμετοχή τους στον κοινοτικό βίο».*

Αντίστοιχα, η Σύμβαση για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία στο Άρθρο 9, παρακινεί τα κράτη να *«λαμβάνουν κατάλληλα μέτρα για να εξασφαλίσουν στα άτομα με αναπηρία πρόσβαση, σε ίση βάση με τους άλλους, στο φυσικό περιβάλλον, στα μέσα μαζικής μεταφοράς, στην ενημέρωση και στην επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων τεχνολογιών και συστημάτων πληροφοριών, και σε άλλες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες, που είναι ανοικτές παρέχονται στο κοινό, σε αστικές και αγροτικές περιοχές»* (UNRIC).

Η αποϊδρυματοποίηση και ομαλοποίηση των ανθρώπων με αναπηρίες στην Ευρώπη αποτελούν σπουδαία βήματα για την εφαρμογή των διακηρύξεων του Ο.Η.Ε., όσον αφορά τα ισάξια δικαιώματα τους και στην εις βάθος ένταξή τους στο κοινωνικό περιβάλλον. Στην Ελλάδα, μετά από τις οικονομικές ενισχύσεις και παροτρύνσεις της Ε.Ε. υιοθετήθηκαν, κατά τη δεκαετία του '90, οι πρώτες αλλαγές για την ισότιμη αντιμετώπιση των ΑμεΑ, τόσο, από πλευράς κοινής γνώμης, όσο, και από πλευράς κρατικών υπηρεσιών. Επίσης, στα πλαίσια αναμόρφωσης των φορέων Κοινωνικής Πρόνοιας, ψηφίστηκε ο νόμος 2646/1998 για την «Ανάπτυξη του Εθνικού Συστήματος Κοινωνικής Φροντίδας».

Στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος για τα Άτομα με Ειδικές Ανάγκες καθορίζονται Ειδικά Προγράμματα για τη νοητική υστέρηση, τον αυτισμό, τις βαριές ψυχοσωματικές και πολλαπλές αναπηρίες, στη βάση ενιαίων κριτηρίων παροχής υπηρεσιών, χρηματοδότησης και αξιολόγησης. Σκοπός των προγραμμάτων αυτών είναι:

- η εξασφάλιση της δυνατότητας για ισότιμη συμμετοχή στην κοινωνική ζωή,
- η συμμετοχή στην παραγωγική διαδικασία, η επαγγελματική απασχόληση, είτε στην ελεύθερη αγορά εργασίας είτε σε εναλλακτικές μορφές απασχόλησης,
- η δημιουργία προϋποθέσεων για αυτόνομη ή ημιαυτόνομη διαβίωση (Άρθρο 17, Παράγραφος 1)
- Θέσπιση της λειτουργίας «προστατευμένων παραγωγικών εργαστηρίων» στα οποία απασχολούνται άτομα με αναπηρίες (Άρθρο 17, Παράγραφος 2)
- Θεμελίωση των εργασιακών δικαιωμάτων των ΑμεΑ (παροχή και αμοιβή εργασίας, συνθήκες απασχόλησης και απαγόρευση διακρίσεων, κοινωνική ασφάλιση, επιδόματα παραπληγίας κ.ά.) (Άρθρο 22)
- Αναγνώριση και προάσπιση του δικαιώματος της ηλεκτρονικής προσβασιμότητας των ΑμεΑ στην «Κοινωνία της Πληροφορίας» (Άρθρο 5^Α παράγραφος 2, συνταγματική αναθεώρηση 2001)

Επιπλέον, το Ελληνικό Συνταγματικό Πλαίσιο Νομικής Προστασίας των ΑμεΑ, προβλέπει στον Γενικό Οικοδομικό και Κτιριοδομικό Κανονισμό τα ακόλουθα:

- την οριζόντια και κάθετη προσβασιμότητα από ΑμεΑ, στα κτίρια που στεγάζουν τις δημόσιες υπηρεσίες, νομικά πρόσωπα δημόσιου και ιδιωτικού δικαίου, κοινωφελείς οργανισμούς, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.ά. καθώς επίσης και στους αντίστοιχους χώρους στάθμευσης
- τη τοποθέτηση οδεύσεων πεζών και τυφλών, ράμπες κλίσης έως 5% με χειρολισθήρες και ανελκυστήρων με οπτικοακουστικά μέσα.

Επιπλέον, σε τακτά χρονικά διαστήματα, ψηφίζονται από τις εκάστοτε κυβερνήσεις και υλοποιούνται σε αρχικά, πιλοτικό στάδιο διάφορα προγράμματα διευκόλυνσης και υποστήριξης των αναγκών των ΑμεΑ. Ένα από αυτά είναι το Πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους», το οποίο πρόγραμμα περιλαμβάνει δελτία κοινωνικού τουρισμού για ανθρώπους με αναπηρία (67% και άνω), τις οικογένειες ή τους συνοδούς τους. Ακόμα, εφαρμόστηκε η «Κάρτα Μετακίνησης ΑμεΑ», η οποία σχετίζεται με δωρεάν μετακινήσεις στις αστικές συγκοινωνίες και εκπτώσεις στα

εισιτήρια των υπεραστικών συγκοινωνιών. Το πρόβλημα είναι ότι, λόγω των δυσμενών οικονομικών συνθηκών, αυτά τα προγράμματα βρίσκονται συχνά υπό καθεστώς κατάργησης, με σκοπό την κρατική εξοικονόμηση χρηματικών πόρων, προκαλώντας μεγαλύτερη σύγχυση και δυσφορία στους χρήστες και δικαιούχους τους.

Συμπερασματικά, μετά από την πολυετή ενασχόληση των παγκόσμιων επιστημονικών και κυβερνητικών φορέων με τα δικαιώματα των ΑμεΑ, η καθολική εφαρμογή των ισχύοντων διατάξεων και απαραίτητων τροποποιήσεων για την εξασφάλιση της αυτονομίας και ανεμπόδιστης πρόσβασης των πολιτών με αναπηρία, είναι κεφαλαιώδους σημασίας για την εύρυθμη λειτουργία των θεσμών κάθε κράτους και την ισόνομη ένταξη της μεγαλύτερης μειοψηφικής ομάδας στα πλαίσια των λειτουργιών του κοινωνικού συνόλου. Η ανάπτυξη κατάλληλων μηχανισμών πιστοποίησης και συνεχούς βελτιστοποίησης των προσβάσιμων υποδομών καθώς και η λειτουργία ενός σχετικού φορέα πληροφόρησης αποτελούν θεμέλιους λίθους στην εφαρμογή του συνταγματικά κατοχυρωμένου δικαιώματος περί αυτονομίας των ΑμεΑ. Παράλληλα, όταν αυτό παραβιάζεται από ελλιπή προσβασιμότητα σε υποδομές ή υπηρεσίες ή από οποιαδήποτε κατάσταση που περιορίζει τον πολίτη με αναπηρία να ενταχθεί ισάξια στα κοινωνικά δρώμενα, τότε αυτός έχει το δικαίωμα προσφυγής στην ελληνική δικαιοσύνη.

Είναι επομένως, υποχρέωση όλων των πολιτών, να σέβονται και να προασπίζονται τα θεμελιώδη δικαιώματα των μειοψηφικών ομάδων, και ιδιαίτερα των ανθρώπων με αναπηρία, στα πλαίσια μιας αρμονικής και ισόνομης συμβίωσης των μελών μιας κοινωνίας. Η θετική αντιμετώπιση και υποστήριξη των ανθρώπων αυτών έχει καταλυτικό ρόλο στο βαθμό «κανονικοποίησής» τους, όπως θα δούμε στο **Κεφάλαιο 3**.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα μέσω κοινωνικής επανένταξης για τους ανθρώπους με αναπηρία καθώς βοηθά στην κοινωνικοποίησή τους και ενθαρρύνει σημαντικά στο αίσθημα συμμετοχικότητας. Ακόμα, έχει πολλά οφέλη σε πνευματικό, συναισθηματικό και επίπεδο ενώ όταν συνδυάζεται (τουρισμός) με αθλητικές δραστηριότητες παρατηρούνται σπουδαίες βελτιώσεις στη γενική κατάσταση των συμμετεχόντων, όπως διαπιστώνεται στο επόμενο κεφάλαιο από σχετικές διεθνείς έρευνες και μελέτες.

Τέλος, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι παρά την αναμφισβήτητη σπουδαιότητα που έχει ο τουρισμός για τα ΑμεΑ, οι υφιστάμενες τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες αποδεικνύουν το πρώιμο ακόμα στάδιο ανάπτυξης αυτής της μορφής

τουρισμού. Η ανάγκη για προσαρμογή και εκσυγχρονισμό στις υποδομές και υπηρεσίες στα πλαίσια της προσβασιμότητας και του καθολικού σχεδιασμού, που αναλύονται ακολούθως, κρίνεται επιτακτική καθώς οι προοπτικές αυτού του τομέα είναι απεριόριστες και η δυναμική της αγοράς αυτής είναι μεγάλη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΝΝΟΙΑ, ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Οριοθέτηση του Προσβάσιμου Τουρισμού ή του Τουρισμού Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ)

Ο τουρισμός ΑμεΑ λειτουργεί στα πλαίσια του καθολικού σχεδιασμού και *«επιτρέπει στους ανθρώπους με απαιτήσεις πρόσβασης, συμπεριλαμβανομένων των κινητικών, οπτικών, ακουστικών και γνωστικών διαστάσεων πρόσβασης, να λειτουργούν με ανεξαρτησία και ισότητα μέσα από τη διανομή καθολικά σχεδιασμένων προϊόντων, υπηρεσιών και περιβαλλόντων»* (Darcy και Dickson, 2009). Μολονότι ο Προσβάσιμος τουρισμός ή Τουρισμός Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ) αναφέρεται πρωταρχικά στα άτομα με αναπηρία, στη ζήτησή του περιλαμβάνεται ωστόσο και η ευρύτερη ομάδα των εμποδιζόμενων ατόμων, την οποία συνθέτουν, οι ηλικιωμένοι, οι έγκυες, βρέφη και παιδιά σε καροτσάκια κ.ά μέλη του πληθυσμού (όπως αναλύονται ακολούθως στο συγκεκριμένο κεφάλαιο και παρουσιάζονται στο **Γράφημα 3.1**).

Το σύνολο των ανθρώπων που έχει δηλώσει κάποια σοβαρή αναπηρία κυμαίνεται στα 110-190 εκατομμύρια (Παγκόσμια Τράπεζα) και τα 80 εκατομμύρια εξ αυτών είναι Ευρωπαίοι πολίτες (WHO 2011). Τα μεγαλύτερα ποσοστά αναπηρίας συναντώνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, στις οποίες οι ρυθμοί γήρανσης είναι ιδιαίτερα αυξημένοι. Ακόμα, αναφέρεται ότι το 30% κάθε πληθυσμού χρειάζεται υποδομές προσβασιμότητας, σε κάποια στιγμή της ζωής του (Dickson, 2007), ποσοστό αρκετά μεγαλύτερο από το 10-20% του αναπηρικού πληθυσμού, με μόνιμη ή παροδική μορφή αναπηρίας, που καταγράφεται παγκοσμίως και λανθασμένα θεωρείται ως το ευρύτερο εν δυνάμει ποσοστό ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού.

Σχετικά με το μέγεθος της ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού, αναφέρεται ότι οι πιθανοί τουρίστες με αναπηρία εκτιμώνται στα 89-120 εκατομμύρια (Eurostat, OSSATE) και αποτελούν άτομα με μέσα και υψηλά εισοδήματα (Ίκκος, 2006). Ακόμα, χρησιμοποιούν πακέτα διακοπών που προέρχονται από προγράμματα Κοινωνικής

Ασφάλισης και προτιμούν να κάνουν τις κρατήσεις τους προκαταβολικά και να ταξιδεύουν εκτός της περιόδου αιχμής (Ίκκος, 2006).

Τα κριτήρια για τις προτεραιότητες και οι προτιμήσεις των ανθρώπων με αναπηρία, αναφορικά με την επιλογή της διαμονής, εξαρτώνται από δημογραφικά χαρακτηριστικά, τη φύση της αναπηρίας, το βαθμό αυτονομίας του ατόμου, και τον βοηθητικό εξοπλισμό που χρησιμοποιεί. Παράλληλα, η διάθεση πλήρους και έγκυρης πληροφόρησης σχετικά με τις υποδομές προσβασιμότητας, καθώς επίσης και, το επίπεδο εστίασης των παρεχόμενων ξενοδοχειακών υποδομών και υπηρεσιών στις ανάγκες των ΑμεΑ, αποτελούν σημαντικούς παράγοντες στη διαμόρφωση των εν λόγω κριτηρίων και προτιμήσεων. Συγκεκριμένα, τα κριτήρια διαμονής, των τουριστών με αναπηρία, βασίζονται, πρωτίστως, στη διάταξη του δωματίου και του μπάνιου και, δευτερευόντως, στους κοινόχρηστους χώρους των καταλυμάτων (Darcy, 2010). Τα βασικά χαρακτηριστικά του καταναλωτικού κοινού των ταξιδιωτών με αναπηρία, αναλύονται και ακολούθως στην υποενότητα 3.4.

Παρά το διευρυμένο καταναλωτικό κοινό και τη σθεναρή ενασχόληση, των επιστημονικών και των πολιτικών φορέων, με τη θεμελίωση των δικαιωμάτων των αναπήρων, τις τελευταίες δεκαετίες, παρατηρείται ότι σε αρκετές τουριστικές χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου, δεν υπάρχει ακόμα το ανάλογο νομικό πλαίσιο (Darcy και Dickson, 2009), παρεμποδίζοντας έτσι την ανάπτυξη του προσβάσιμου τουρισμού και την ισόνομη συμμετοχή των πολιτών με αναπηρία σε τουριστικές κ.ά. δραστηριότητες. Ακόμα, παρατηρείται ότι, ο προσβάσιμος τουρισμός δεν αναγνωρίζεται σαν αγορά από πολλούς φορείς του τουρισμού αλλά και ιδιοκτήτες και διευθυντές ξενοδοχειακών μονάδων, με τους τελευταίους να υποστηρίζουν ότι υπάρχει υψηλό κόστος προσαρμογής (στις προδιαγραφές προσβασιμότητας), χαμηλή πληρότητα (στα δωμάτια ΑμεΑ) και ότι οι μη-ανάπηροι τουρίστες δυσχεραστούνται με τη χρήση δωματίων ΑμεΑ (Darcy, 2010).

Επιπρόσθετα, διεθνώς αναγνωρισμένο γεγονός αποτελεί η έλλειψη έγκυρης και επαρκούς πληροφόρησης για τις παροχές προσβασιμότητας των ξενοδοχείων, η ανεπάρκεια του συνόλου των προσαρμοσμένων δωματίων και η ανεπάρκεια των υποδομών προσβασιμότητας σε δωμάτια αλλά και στο σύνολο των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων (Darcy, 2010).

Τα κύρια χαρακτηριστικά των υποδομών που καθιστούν έναν τουριστικό προορισμό «προσβάσιμο» είναι, πέρα από τις αναγκαίες παροχές προσβασιμότητας

των ξενοδοχειακών μονάδων (Ράμπες, Δωμάτια ΑμεΑ με ηλεκτρικό κρεβάτι και Πρόσβαση αμαξιδίου στο ντουζ - καρέκλα ντουζ, Οπτικά βοηθήματα, Ανελκυστήρες, Χειρολαβές στήριξης, κ.ά.), το γενικό επίπεδο προσβασιμότητας των χώρων τουριστικού κ.ά ενδιαφέροντος. Συγκεκριμένα, χρειάζεται να έχουν προσαρμοστεί αναλόγως οι χώροι σε λιμάνια και αεροδρόμια, τα μεταφορικά μέσα, οι αρχαιολογικοί χώροι, αλλά και οι χώροι ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης καθώς και οι επιστητιστικές κ.ά επιχειρήσεις. Κάποια κοινά τεχνικά χαρακτηριστικά των προδιαγραφών προσβασιμότητας που χρειάζεται να πληρούνται, στους χώρους αυτούς, αφορούν στην ύπαρξη εγκαταστάσεων ισογείου επιπέδου με είσοδο προσπελάσιμη από αμαξίδια, γενικά προσπελάσιμη διαρρύθμιση στους εσωτερικούς χώρους, ειδικά διαμορφωμένες κοινόχρηστες τουαλέτες και καλή πρόσβαση σε αυτές, ύπαρξη οπτικό-ακουστικού εξοπλισμού και βοηθημάτων, χειρολαβές στήριξης, κ.τ.λ.

Ωστόσο, οι προορισμοί και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον προσβάσιμο τουρισμό, χρειάζεται να πληρούν και άλλες, πέρα από τις τεχνικές, προδιαγραφές, όπως αναλύεται και σε επόμενο υποκεφάλαιο. Οι προδιαγραφές αυτές αφορούν την προσβασιμότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και παροχών και είναι συνυφασμένες με τη βελτιστοποίηση της εξυπηρέτησης των τουριστών με αναπηρία αλλά και την ανάδειξη των επιχειρήσεων και προορισμών. Αυτές είναι το εστιασμένο μίγμα marketing, η παροχή λεπτομερούς και προσιτής πληροφόρησης για τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης και του προορισμού και το εκπαιδευμένο στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ προσωπικό. Αναφορικά με τη διαδικτυακή πληροφόρηση, θα πρέπει να είναι προσβάσιμη σε όλους και να ακολουθεί τα διεθνή πρωτόκολλα προσβασιμότητας για ανθρώπους με αισθητηριακές κ.ά αναπηρίες.

Όπως αναλύεται στις επόμενες υποενότητες, ο προσβάσιμος τουρισμός έχει πολλές διαστάσεις και αφορά τους επισκέπτες, τον πληθυσμό, και την κυβέρνηση κάθε χώρας, που θέλει να είναι ανταγωνιστική και σύμφωνη με τα σύγχρονα δεδομένα των απαιτήσεων της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Η οριοθέτηση του προσβάσιμου τουρισμού και η οικονομική και ηθική σημαντικότητά του καθιστούν την τμηματοποίηση αυτής της αγοράς αναγκαία, για την ανάδειξη και διεύρυνση σε επίπεδο επιχειρήσεων και προορισμών, όπως παρουσιάζεται στη συνέχεια του κεφαλαίου.

3.2 Η σημαντικότητα του τουρισμού για τους ανθρώπους με Αναπηρίες

Το επίπεδο κοινωνικοποίησης και δραστηριοποίησης των ΑμεΑ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη θετική αντιμετώπιση του κοινωνικού συνόλου στις διαδικασίες συν ένταξής τους σε δράσεις αναψυχής. Η αλληλοαποδοχή αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της επιτυχούς ενοποίησης των δύο κοινωνικών υποστάσεων μεταξύ ανθρώπων με αναπηρία και μη. Ταυτόχρονα, η ικανοποίηση τουριστικών αναγκών επηρεάζει και συμπληρώνει άμεσα την κάλυψη άλλων βασικών αναγκών, όπως, οι ψυχικές και πνευματικές ανησυχίες, η ανάγκη για ξεκούραση, αναψυχή ή εξερεύνηση του φυσικού περιβάλλοντος, και, η ανάγκη για κοινωνική συναναστροφή και γνωριμία με νέες κουλτούρες.

Μόνο του το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι μια ιδανική μορφή αποστασιοποίησης και απόδρασης από την καθημερινότητα, αποτελεί ισχυρό κίνητρο για τους πολίτες με αναπηρία, οι οποίοι καλούνται καθημερινά να αντιμετωπίζουν πολλαπλώς τα φυσικά, τεχνητά και ιδεολογικά εμπόδια της κοινωνίας. Σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της Έρευνας του Εθνικού Οργανισμού Αναπηρίας (2004), που υποστηρίζει ότι τα άτομα με αναπηρίες απολαμβάνουν 27% λιγότερη ευχαρίστηση στη ζωή τους, αντιλαμβανόμαστε ότι, αν κάποια πληθυσμιακή ομάδα έχει ανάγκη από τα πολυδιάστατα οφέλη του τουρισμού, αυτή είναι η ομάδα των ΑμεΑ. Αυτό επιβεβαιώνεται συνεχώς από τις σχετικές έρευνες (Βενετσανοπούλου, 2006), που γίνονται ανά τον κόσμο, οξύνοντας το ενδιαφέρον της παγκόσμιας ερευνητικής κοινότητας και κοινής γνώμης για την επίδραση του τουρισμού, και περισσότερο του αθλητικού τουρισμού και τουρισμού υγείας, στα ΑμεΑ. (Shaw και Coles, 2004, Blichfeldt και Nicolaisen, 2011).

Είναι, λοιπόν, καθολικό το δικαίωμα των ανθρώπων για αναψυχή αλλά και άσκηση, και ειδικά για τα ΑμεΑ τέτοιες δραστηριότητες κρίνονται απαραίτητες καθώς συνδυάζουν πνευματικά, σωματικά και κοινωνικά οφέλη (Θεοδωράκης, 2010). Επίσης, η συμμετοχή σε αθλήματα επιδρά θετικά στα άτομα με αναπηρίες, τόσο, στη γενική κατάσταση της υγείας τους (84,9%), στην ποιότητα της ζωής τους (80,8%) και στην ποιότητα της οικογενειακής (53,4%) και κοινωνικής (56,1%) ζωής τους (Zabriskie και λοιποί, 2005), όσο, και στην ενθάρρυνση για ανάκτηση της προσωπικότητάς τους και στο να ξεπεράσουν την «ταμπέλα» του ανάπηρου (Martin και λοιποί, 1995).

Μέσω της προσφοράς των αποτελεσμάτων των σχετικών διεθνών ερευνών, έχουν παρατηρηθεί τα εξής:

- Η κάλυψη ταξιδιωτικών αναγκών των ΑμεΑ επηρεάζει άμεσα το επίπεδο κοινωνικής «κανονικοποίησής» τους καθώς σε ένα ταξίδι εμπλουτίζονται ποικιλοτρόπως οι βιωματικές εμπειρίες τους και αναπτύσσονται πιο εύκολα δεσμοί με άλλους ανθρώπους.
- Χαρακτηριστικό της συνεισφοράς της συμμετοχής και των ταξιδιών είναι ότι άτομα με νοητικά προβλήματα που συμμετέχουν στους Παραολυμπιακούς Αγώνες, όπως επίσης και αθλητές tennis σε αμαξίδιο, παρουσιάζουν μεγάλη βελτίωση στην αυτοεικόνα, αυτοεκτίμηση και κοινωνική δραστηριοποίησή τους (Ray και Ryder, 2003).
- Άτομα με αναπηρίες αισθητηρίων οργάνων έχει παρατηρηθεί ότι ενισχύονται σε πολλά επίπεδα από τη συμμετοχή σε δραστηριότητες στην ύπαιθρο, καθώς ενδυναμώνεται το συναίσθημα αυτονομίας τους και οξύνονται οι ικανότητές τους λόγω της επαφής με τα πολύμορφα ερεθίσματα που δέχονται από το φυσικό περιβάλλον (άνεμος, ήλιος, χλωρίδα, κτλ.).
- Στα άτομα με κινητικές αναπηρίες (παραπληγίες, μυϊκές δυστροφίες, ακρωτηριασμοί, κ.ά.) που συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες στη φύση, έχει αποδειχθεί ότι αυξάνεται δραματικά το συναίσθημα εσωτερικής ακεραιότητας και η βελτίωση της αυτοεικόνας τους, πράγμα που επιδρά άμεσα στην ικανότητα ανάληψης αποφάσεων και στη γενικότερη μετεξέλιξή τους. (Auxter και λοιποί, 1991).

Παρά την αναγνωρισμένη σπουδαιότητα της ενασχόλησης με τέτοιες εκδηλώσεις, οι άνθρωποι με αναπηρίες αποφασίζουν να μη συμμετέχουν σε τουριστικές δραστηριότητες λόγω του χαμηλού επιπέδου προσαρμοσμένων υποδομών (Khor και λοιποί, 2013).

Τα φυσικά εμπόδια, η ανεπαρκής πληροφόρηση και προσβασιμότητα υποδομών και το μέτριο επίπεδο υπηρεσιών στα καταλύματα, αποτελούν τις σημαντικότερες αιτίες αποξένωσης και εσωστρέφειας των ΑμεΑ (Buhalis και Darcy, 2010). Όλοι οι λόγοι που προαναφέρθηκαν εμπίπτουν στην έννοια της προσβασιμότητας, η σπουδαιότητα της οποίας θα αναλυθεί στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο.

3.3 Προσβασιμότητα, Καθολικός Σχεδιασμός και Προσβάσιμος Τουρισμός

Σύμφωνα με την Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία (ΕΣΑμεΑ) ως *προσβασιμότητα* (accessibility) ορίζεται το ποιοτικό χαρακτηριστικό του περιβάλλοντος, της υπηρεσίας ή του αγαθού, που επιτρέπει την αυτόνομη και ισότιμη πρόσβαση κάθε χρήστη σε αυτό, ανεξάρτητα από την ηλικία του, την ύπαρξη αναπηρίας, τα φυσικά και λοιπά χαρακτηριστικά που διαθέτει (ύψος, δύναμη, καλή όραση και ακοή, νοητική κατάσταση κλπ.). Ακόμα, βάσει της Ελληνικής νομοθεσίας (Ν.4067/2012, παράγραφος 2) *«προσβασιμότητα είναι το χαρακτηριστικό του περιβάλλοντος, που επιτρέπει σε όλα τα άτομα - χωρίς διακρίσεις φύλου, ηλικίας και λοιπών χαρακτηριστικών, όπως σωματική διάπλαση, δύναμη, αντίληψη, εθνικότητα- να έχουν πρόσβαση σε αυτό, δηλαδή να μπορούν αυτόνομα, με ασφάλεια και με άνεση να προσεγγίσουν και να χρησιμοποιήσουν τις υποδομές αλλά και τις υπηρεσίες (συμβατικές και ηλεκτρονικές) και τα αγαθά που διατίθενται στο συγκεκριμένο περιβάλλον».*

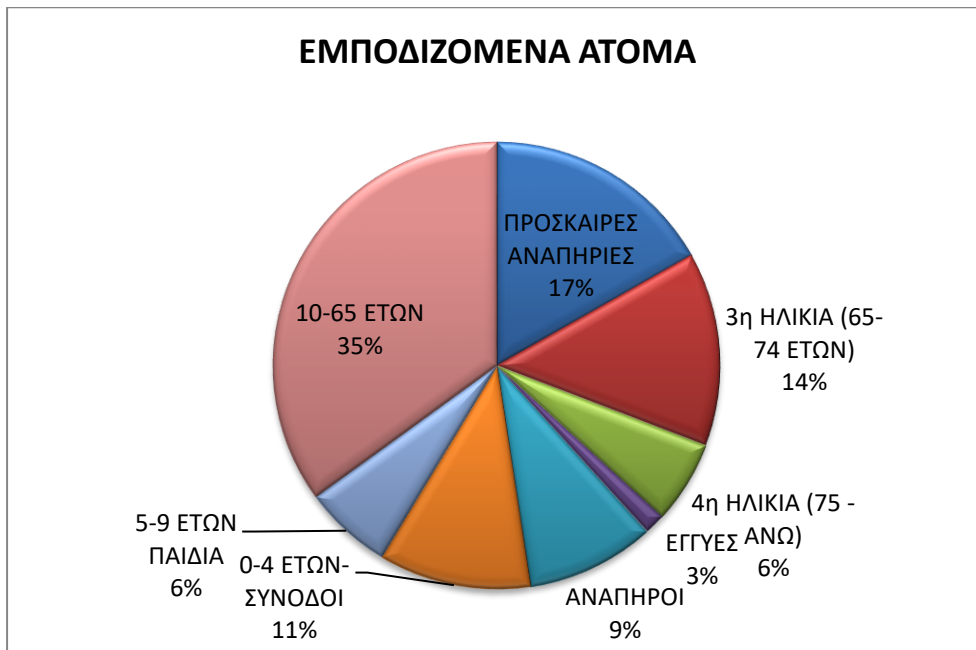
Αναφορικά, στην Ελλάδα καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξη του επιπέδου της προσβασιμότητας, ήταν η προετοιμασία για τους Ολυμπιακούς και Παραολυμπιακούς Αγώνες του 2004, όπου μέσα από τις βελτιώσεις στις υποδομές η Αθήνα μετατράπηκε σε αρκετά φιλόξενη για ΑμεΑ πόλη. Παρόλα αυτά, το γενικό επίπεδο προσβασιμότητας στην ελληνική επικράτεια και δη στα μεγάλα αστικά και τουριστικά κέντρα, χαρακτηρίζεται επιεικώς μέτριο και δυσανάλογο του θεωρητικά αρκούντως για μία χώρα με βασική βιομηχανία τον τουρισμό.

Ο καθολικός σχεδιασμός (universal design), σύμφωνα με το Κέντρο Καθολικού Σχεδιασμού (Center for Universal Design) είναι *«ο σχεδιασμός προϊόντων και των περιβαλλόντων έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται από όλους τους ανθρώπους, στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό, χωρίς την ανάγκη για προσαρμογή ή εξειδικευμένο σχεδιασμό».* Στηρίζεται στη φιλοσοφία της απλοποίησης και τροποποίησης των σχεδιαστικών προτύπων με γνώμονα τη βέλτιστη εξοικονόμηση χρηματικών πόρων και με σκοπό την απόλυτη λειτουργικότητα και ευχρηστία από όλους τους ανθρώπους και περιλαμβάνει τον ανάλογο σχεδιασμό προϊόντων, υπηρεσιών, και φυσικού περιβάλλοντος (Mace, κ.ά. 1991).

Η Προσβασιμότητα και ο Καθολικός σχεδιασμός, αποτελούν βασικό παράγοντα ποιοτικής διαβίωσης αναφορικά με τους πολίτες όλων των ηλικιών, θρησκευιών, εθνικοτήτων και ανεξάρτητα από τη φυσική και οικονομικοκοινωνική τους κατάσταση.

Αποτελούν, επίσης, καθοριστικό παράγοντα για την τουριστική αλλά και κοινωνικό-πολιτιστική ανάπτυξη μιας χώρας καθώς μόνο μέσα απ' την εφαρμογή της *αλυσίδας πρόσβασης* (προσβάσιμα κτίρια, δρόμοι, συγκοινωνίες, σήμανση, πληροφόρηση, εξυπηρέτηση, κτλ.) μπορεί επαρκώς να επιτευχθεί η λειτουργία των θεσμών ισότητας και αλληλεγγύης ενός κράτους πρόνοιας. Στόχος είναι η καταλληλότητα και απόλυτη χρηστικότητα του γενικού περιβάλλοντος (φυσικό τοπίο, κτιριακές υποδομές με κάθετη και οριζόντια πρόσβαση, υπηρεσίες, πληροφόρηση) από όλους τους ανθρώπους, με όλων των ειδών τις ιδιαιτερότητες, και σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής τους.

Στατιστικά αναφέρεται ότι πάνω από 1 δις άνθρωποι με αναπηρίες (15% του παγκόσμιου πληθυσμού), αντιμετωπίζουν σημαντικά εμπόδια στις καθημερινές τους δραστηριότητες (ΠΟΥ 2011). Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι η προσβασιμότητα δεν αφορά μόνο τα άτομα με αναπηρία αλλά εξυπηρετεί μια ευρύτερη ομάδα ανθρώπων, τα «εμποδιζόμενα άτομα» (Ζωνίου-Σιδέρη, 1996), εν δυνάμει μέλος της οποίας καθίσταται κάθε πληθυσμός, όπως διαφαίνεται και στο επόμενο Γράφημα (Γράφημα 3.1).



Γράφημα 3.1: Εμποδιζόμενα Άτομα

Πηγή:

http://www.pasipka.gr/appdata/documents/prosvasimos_tourismos_gia_apostoli.pdf

Παράλληλα, το οικονομικό υπόβαθρο αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την εκτέλεση του ταξιδιού των ανθρώπων με αναπηρίες καθώς εν αντιθέσει με το γεγονός της κατεχοχίν χαμηλότερης εισοδηματικής τους τάξης, συγκριτικά με τους υπόλοιπους εργαζόμενους (Smith, et al., 2004), αναγκάζονται συχνά να καλύπτουν επιπλέον χρεώσεις, πέραν από τις συμβατικές τουριστικές δαπάνες (αριθμός διανυκτερεύσεων, μεταφορές, κτλ.), συσχετιζόμενες με τη προσβασιμότητα του καταλύματος, τα κατάλληλα μέσα μεταφοράς, τις βοηθητικές συσκευές και τα έξοδα του συνοδού τους. Το γεγονός αυτό επαυξάνει την αναγκαιότητα της ευρείας εφαρμογής του καθολικού σχεδιαστικού προτύπου σαν μέσο αντιστάθμισης των επιπρόσθετων εξόδων των τουριστών με αναπηρία.

Αντίστοιχα, ως *προσβάσιμος ή προσπελάσιμος τουρισμός (accessible tourism)* ορίζεται «η μορφή τουρισμού που εμπλέκει συνεργατικές διαδικασίες μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών που δίνει τη δυνατότητα σε ανθρώπους με απαιτήσεις πρόσβασης, συμπεριλαμβανομένης κινητικότητας, όρασης, ακοής και γνωστικών διαστάσεων πρόσβασης, να λειτουργούν ανεξάρτητα και με ισότητα κι αξιοπρέπεια μέσα από τη διανομή καθολικά σχεδιασμένων τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και περιβαλλόντων» (Buhalis και Darcy, 2010).

Όπως πλέον διαφαίνεται, οι έννοιες της προσβασιμότητας και του προσβάσιμου τουρισμού αρχίζουν να αποκτούν σοβαρή υπόσταση για την τουριστική και γενική οικονομικό-κοινωνική ανέλιξη κάθε κοινωνίας καθώς όπως προκύπτει από τα παραπάνω, αφορούν στη συντριπτική πλειοψηφία των πολιτών και σε μία συνεχώς αναπτυσσόμενη ομάδα καταναλωτών, όπως αναλύεται στο επόμενο κεφάλαιο.

3.4 Οι προοπτικές του προσβάσιμου τουρισμού

Είναι γεγονός ότι η πληθυσμιακή ομάδα των ανθρώπων με αναπηρία όπως και αυτή των ηλικιωμένων, χρήζουν κάποιων περαιτέρω προδιαγραφών σε παροχές και υποδομές, γεγονός που είτε αγνοείται είτε αντιμετωπίζεται από τους ιθύνοντες σαν ζήτημα χαμηλής προτεραιότητας. Παρότι ο προσβάσιμος τουρισμός αποτελεί έναν εξελισσόμενο τομέα ακαδημαϊκής και βιομηχανικής εφαρμογής (Bowtell, 2014, Darcy & Buhalis, 2010), και το γεγονός ότι ο πληθυσμός των ανθρώπων με αναπηρία εξελίσσεται σε μια αυξανόμενη κατηγορία στον τουρισμό (Khor et al., 2013), το

υφιστάμενο επίπεδο προσβασιμότητας στις τουριστικές υποδομές της Ευρώπης είναι ακόμα χαμηλό και παρατηρείται ευρέως το φαινόμενο της μεγάλης απόκλισης μεταξύ των υποσχόμενων διαφημιζόμενων και πραγματικών προσβάσιμων τουριστικών παροχών. Ακόμα, παρατηρείται ότι οι θεωρητικά προσβάσιμες υποδομές καλύπτουν στη πραγματικότητα ελάχιστα τις ανάγκες των ΑμεΑ-καταναλωτών, με αποτέλεσμα τη συστηματικά μη-επαρκή ικανοποίηση αυτού του πελατειακού κοινού (www.europa.eu).

Οι κυριότερες προκλήσεις στη μελέτη του συγκεκριμένου κλάδου αφορούν, αφενός, στη δυσκολία εύρεσης σχετικής βιβλιογραφίας, λόγω της πρόσφατης απαρχής της επιστημονικής μελέτης του αντικειμένου του προσβάσιμου τουρισμού, και, αφετέρου, στην πολυπλοκότητα των πελατειακών αναγκών, λόγω της ετερογένειας των χαρακτηριστικών μεταξύ των διαφόρων μορφών αναπηρίας στο σύνολο των ταξιδιωτών με αναπηρία. Παράλληλα, τα βασικά μεγέθη προς μελέτη στην κατανόηση του κλάδου του προσβάσιμου τουρισμού, αποτελούν η ζήτηση στην αγορά του προσβάσιμου τουρισμού, το μέγεθος της αγοράς και η ολική συμβολή της αγοράς προσβάσιμου τουρισμού στο σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας και το επίπεδο προσβασιμότητας. Τέλος, η τμηματοποίηση της αγοράς προσβάσιμου τουρισμού συστήνεται τα τελευταία χρόνια από τους περισσότερους αναλυτές σαν το καταλληλότερο μέσο εμβάθυνσης στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες αυτής της καταναλωτικής ομάδας.

Σχετικά με την ζήτηση, οι εκτιμήσεις της υπάρχουσας βιβλιογραφίας παρουσιάζουν κάποιες αποκλίσεις στον όγκο του ΑμεΑ πληθυσμού, οι οποίες οφείλονται στη δυσκολία συλλογής των σχετικών δεδομένων καθώς η νομοθεσία κάθε χώρας ορίζει και αντιλαμβάνεται με ξεχωριστό τρόπο την έννοια της αναπηρίας. Σύμφωνα με δημοσιεύματα (amearplus.gr), υπολογίζεται από τον ΟΗΕ ότι το 10% των μελών κάθε πληθυσμού, είναι άνθρωποι με αναπηρίες, ενώ σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Έκθεσης Αναπηρίας της Παγκόσμιας Τράπεζας, το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί στο 15%. Αναφορικά, τα μεγαλύτερα ποσοστά αναπηρίας συναντώνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ, το καταγεγραμμένο σύνολο ανθρώπων που έχει δηλώσει κάποια σοβαρή αναπηρία κυμαίνεται στα 110-190 εκατομμύρια, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 20% του παγκόσμιου πληθυσμού (Παγκόσμια Τράπεζα).

Στην Ευρώπη, έχουν υπολογιστεί 80 εκατομμύρια άνθρωποι με αναπηρίες (WHO 2011), ενώ στην ΕΕ (2003), σοβαρές αναπηρίες, δηλώνουν 50 εκατομμύρια πολίτες. Ακόμα, το 14,5% του εν δυνάμει εργατικού πληθυσμού της ΕΕ δηλώνουν κάποια μορφή αναπηρίας (2003) και το συνολικό ποσοστό αναπηρίας εκτιμάται στο

10%-20% ενώ ποικίλει μεταξύ των χωρών αφού κυμαίνεται από 5,8% (Ρουμανία) έως 32,2% (Φινλανδία), όπως υποστηρίζει ο καθηγητής κ. Δ. Μπούχαλης, Πανευρωπαϊκά, τα άτομα που χρήζουν υποδομών προσβασιμότητας είναι 127 εκατομμύρια, και, 89.300.000 εξ αυτών διαθέτουν τα χρήματα για ταξίδια στο εξωτερικό (Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση XXII- Τουρισμός, 2003) ενώ το σημερινό παγκόσμιο μέγεθος του ταξιδιωτικού πληθυσμού ΑμεΑ με συνταξιδιώτες (συνοδούς) εκτιμάται στα 133 εκατομμύρια (WHO 2011). Στην Ελλάδα τα στοιχεία έρχονται από τον ΠΟΥ, καθώς δεν υπάρχει άλλη επίσημη απογραφή, και δείχνουν ότι 1 εκατομμύριο είναι οι Έλληνες πολίτες με αναπηρία.

Τέλος, πρόσφατη έρευνα από το Βρετανικό Πανεπιστήμιο του Surrey (2012), απέδειξε ότι ο προσβάσιμος τουρισμός μπορεί να ωφελήσει το 27% των ευρωπαϊκών πολιτών ενώ, παράλληλα, το ποσοστό καταναλωτών που ζητούν προσβάσιμο τουρισμό, τείνει να αυξάνεται σαν φυσικό επακόλουθο της πληθυσμιακής γήρανσης, ο συσχετισμός της οποίας με την αναγκαιότητα και τις ωφέλειες της προσβασιμότητας, έχει στρέψει το ενδιαφέρον των ερευνητών στις προοπτικές του προσβάσιμου τουρισμού και έχει οδηγήσει σταδιακά σε αύξηση της βιβλιογραφίας σχετικά με την αναπτυσσόμενη βιομηχανία του προσβάσιμου τουρισμού (Bowtell, 2014). Χαρακτηριστικό παράδειγμα της επίδρασης της πληθυσμιακής γήρανσης στον προσβάσιμο τουρισμό αποτελεί το γεγονός της αύξησης του μεριδίου του προσβάσιμου και συμβατικού τουρισμού, για ανθρώπους άνω των 65χρονών, λόγω της ιδιαιτερότητας της γενιάς αυτής (baby boomers) να επιζητάει έντονα βιωματικές και τολμηρές τουριστικές δραστηριότητες σε αντίθεση με άλλες γενιές.

Όσον αφορά το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς, αποδεικνύεται ότι, σε πανευρωπαϊκή κλίμακα, το μέγεθός της ξεπερνάει τα 166 δις ευρώ (στοιχεία 2003), κατέχοντας το 12-15% της παγκόσμιας αγοράς ενώ όσον αφορά την Ελλάδα (στοιχεία 2003) και βάσει της ίδιας μεθοδολογίας υπολογισμών, η αγορά προσβάσιμου τουρισμού εκτιμάται στα 1,19 δις ευρώ. Ελλείψει πρόσφατων στοιχείων, η αξιοπιστία των υπολογισμών για τα σημερινά ποσοστά δε μπορεί να είναι απόλυτη, ωστόσο προσεγγιστικά και με βάση κάποιους προσαυξητικούς παράγοντες που επέδρασαν τα έτη 2003-2017 όπως η ραγδαία αύξηση του τουριστικού φαινομένου (πλην των δύο ετών σχετικής ύφεσης) και οι εκτιμώμενοι ρυθμοί γήρανσης, τροχαίων, κ.τ.λ. και άρα ανάπτυξης του συνόλου των ανάπηρων κι εμποδιζόμενων ατόμων, το πραγματικό μέγεθος της προσβάσιμης αγοράς τουρισμού σε σημερινά δεδομένα, προσεγγιστικά υπολογίζεται να έχει αυξηθεί έως και 10%, τόσο για την Ευρώπη, όσο και για την Ελλάδα.

Πίνακας 3.1: Το μέγεθος της αγοράς σε ευρώ (€)

General demand for accessibility	70% that have the economical and physical ability to travel	Multiplier effect for friends & family members	Accompanying friends and family	TOTAL potential travel market	Average expenditure per person per holiday*	Potential tourism revenues
127.5 million	89.3 million	0.5	44.7 million	134 million	€ 620	83 billion Euro
		2	178.6 million	267.9 million		166 billion Euro

Πηγή: Eurostat 2005

Πίνακας 3.2: Η αγορά " Προσβάσιμου Τουρισμού" ανά χώρα Ε.Ε

	Mobility impaired	Visual impaired	People with deafness / hard of hearing	Speech impaired	Mental / intellectual impaired	People with hidden impairments	Total disability population inc. long standing health problems (16-64)	Elderly population (>65)	Total demand for accessibility per country (x1000)	% of total population
Austria	354	23	18	5	37	272	709	1.357	2.066	25,2%
Belgium	536	60	19	9	92	538	1.253	1.807	3.060	29,5%
Cyprus	24	2	1	0	7	29	63	89	152	19,4%
Czech Rep.	529	91	18	6	59	766	1.469	1.458	2.927	28,6%
Denmark	321	15	13	3	64	298	714	817	1.531	28,2%
Estonia	77	15	0*	0*	12	9	202	224	426	32,0%
Finland	363	16	11	0*	60	657	1.106	831	1.937	37,1%
France	3.764	943	253	49	885	3.832	9.726	9.962	19.688	32,6%
Germany	1.124	110*	137	4	732	1.374	6.161	15.577	21.738	26,3%
Greece	167	38	7	4	67	449	733	2.007	2.740	25,7%
Hungary	242	14	8	3	107	407	781	1.507	2.288	22,9%
Ireland	82	5	6	0*	31	172	297	636	933	23,2%
Italy	982	90	44	18	263	1.155	2.551	11.289	13.840	23,8%
Latvia	0	0	0	0	0	0	0*	370	370	16,2%
Lithuania	40	0*	0	0	30	119	190	546	736	20,4%
Luxembourg	19	2	0	0	1	12	35	68	103	22,0%
Malta	8	0	0	0	3	9	20	54	74	18,6%
Netherlands	1.285	57	54	14	285	1.019	2.713	2.313	5.026	30,6%
Norway	238	18	17	2	52	115	442	681	1.123	24,5%
Poland	0	0	0	0	0	0	0	5.094	5.094	13,2%
Portugal	547	78	20	0*	183	574	1.401	1.802	3.203	30,3%
Romania	203	26	9	8	93	563	902	3.255	4.157	18,6%
Slovakia	126	8	5	0	30	146	314	643	957	17,6%
Slovenia	117	9	3	0	15	132	277	309	586	29,1%
Spain	933	84	41	12	365	952	2.386	7.103	9.489	23,5%
Sweden	501	21	42	0*	96	508	1.168	1.568	2.736	30,4%
UK	3.487	186	262	109	951	5.990	10.985	9.536	20.521	34,0%
Total demand per type	16.068	1.911	985	246	4.519	20.185	46.595	80.903	127.498	26%

Πηγή: Eurostat 2005

Πίνακας 3.3: Οι κυριότερες αγορές της Ελλάδας

	Mobility impaired	Visual impaired	People with deafness / hard of hearing	Speech impaired	Mental / intellectual impaired	People with hidden impairments	Total disability population incl. long standing health problems (16-64)	Elderly population (>65)	Total demand for accessibility per country (x1000)	% of total population
Germany	1.124,4	109,5	136,6	4,3	731,5	1.373,8	6.161,0	15.577,0	21.738,0	26,3%
UK	3.486,7	185,8	262,3	109,3	950,9	5.989,6	10.984,6	9.536,0	20.520,6	34,0%
Total demand per type	4.611,1	295,3	398,9	113,6	1.682,4	7.363,4	17.145,6	25.113,0	42.258,6	29,5%

Πηγή: Eurostat 2005

Πίνακας 3.4: Τουριστικές δαπάνες των ευρωπαϊκών κατοίκων άνω των 65 ετών (2014)

Residence of the tourist	Share of 65+ in all tourism expenditure (%)	Total tourism expenditure of 65+ (in million euros)	Average tourism expenditure per day of 65+ (in euro)	Difference with total average tourism expenditure (in euro)
EU*	16%	65 623.8	52.6	-12.7
Belgium	16%	1 324.2	89.5	4.9
Bulgaria	6%	35.6	21.6	-13.6
Czech Republic	13%	451.2	13.7	-12.8
Denmark	13%	1 543.6	85.1	-20.1
Germany	19%	20 649.2	76.0	-9.7
Estonia	7%	55.7	36.5	-24.3
Ireland	21%	1 287.7	88.0	-11.9
Greece	15%	274.5	18.0	-10.5
Spain	16%	3 808.0	29.7	-9.4
France	20%	15 769.7	50.9	-12.2
Croatia	7%	127.2	20.3	-18.8
Italy	14%	2 393.3	44.9	-12.1
Cyprus	16%	219.1	45.3	-24.8
Latvia	7%	42.7	24.9	-9.8
Lithuania	5%	43.4	19.1	-29.3
Luxembourg	12%	179.0	120.8	-9.6
Hungary	8%	185.0	19.2	-17.5
Malta	8%	24.4	93.7	-14.1
Netherlands	17%	2 546.1	47.9	-9.4
Austria	14%	1 908.2	106.9	-20.2
Poland	13%	1 208.4	23.7	-8.8
Portugal	17%	374.8	26.5	-8.7
Romania	7%	127.7	13.8	-12.4
Slovenia	8%	79.7	41.3	-14.5
Slovakia	8%	137.3	28.9	-29.2
Finland	13%	1 647.8	77.1	-24.1
Sweden	:	:	:	:
United Kingdom**	12%	7 365.9	50.0	-19.3
Switzerland	18%	2 361.3	102.6	-3.3

Πηγή: Eurostat 2016

Πίνακας 3.5: Εκτιμήσεις για τον προσβάσιμο τουρισμό στην Ευρώπη (2005-2025)

Year	2005		2025		% Change
Elderly population (> 65 years) ^a	80,222,000		103,535,000		29
Total demand for accessibility (including all disability types) ^b	123,761,185		159,726,936		29
70% that have the economical and physical capability to travel ^c	86,632,829		111,808,855		29
Average spend/head/holiday ^d	€618		€792		28
Potential tourism revenues (70% of the elderly population that have the capability to travel multiplied by Average spend/head/holiday)	€53,539,088,553		€88,552,613,391		65
Deloitte's multiplier effect (PAX) for friends and family who travel with the disabled tourist ^e	0.5	2	0.5	2	
Accompanying friends and family	43,316,415	173,265,659	55,904,428	223,617,711	29
Total market potential incl. 70% of disabled population who have the capability to travel, plus their accompanying friends and family	129,949,244	259,898,488	167,713,283	335,426,566	29
Potential tourism revenues Total market potential incl. accompanying friends and family multiplied by Average spend/head/holiday	€80,308,632,829	€160,617,265,659	€132,828,920,086	€265,657,840,173	65

Πηγή: <http://emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/JTF-03-2015-0012>

Αναφορικά με την προσβασιμότητα σαν αντικείμενο μελέτης για τον κλάδο του τουρισμού ΑμεΑ, τα επίπεδα στην Ευρώπη είναι αρκετά υψηλά, όσον αφορά στο σύνολο των τουριστικών και λοιπών υποδομών, παρατηρείται όμως αξιοσημείωτη διαφορά ανάμεσα στα αντίστοιχα επίπεδα των χωρών βορρά-νότου. Τα ευρήματα της σχετικής βιβλιογραφικής έρευνας έδειξαν ότι, οι πρωτεύουσες και τα μεγάλα αστικά κέντρα όλων σχεδόν των ευρωπαϊκών χωρών πληρούν τις προϋποθέσεις τουριστικής προσβασιμότητας σε αξιόλογο βαθμό. Πολλές από αυτές έχουν μάλιστα διακριθεί προσφάτως για το υψηλό επίπεδο παροχών προσβασιμότητας που διαθέτουν, όπως το Μιλάνο (Ιταλία), Βίτςμπαντεν (Γερμανία), Μπόρας (Σουηδία), Ελσίνκι (Φινλανδία), Λιουμπλιάννα (Σλοβενία). Άλλες χώρες με καλή προσβασιμότητα είναι η Γαλλία, Αυστρία, Ουγγαρία, Ισπανία, το Λουξεμβούργο, Ηνωμένο Βασίλειο κ.ά.

Ειδοποιό διαφορά ανάμεσα στο κεντροευρωπαϊκό επίπεδο προσβασιμότητας τουριστικών υποδομών και σε αυτό της Ελλάδας και άλλων Βαλκανικών, Μεσογειακών και Ευρασιατικών χωρών, αποτελεί η εστίαση στο σύνολο της αλυσίδας πρόσβασης (όπως ορίστηκε νωρίτερα), και συγκεκριμένα, το γεγονός της ύπαρξης και εν δυνάμει κάλυψης περισσότερων προδιαγραφών προσβασιμότητας από το θεωρητικά αναγκαίο. Κάποιες από αυτές είναι:

- Προσαρμοσμένα μεταφορικά μέσα
- Εγκαταστάσεις και δωμάτια ισογείου επιπέδου

- Ακουστικός εξοπλισμός
- Οπτικά βοηθήματα
- Ηλεκτρικό κρεβάτι
- Ανελκυστήρες
- Χειρολαβές στήριξης
- Ράμπες αναπηρικού αμαξιδίου και γενική πρόσβαση αμαξιδίων
- Πρόσβαση αμαξιδίου στο ντουζ και ύπαρξη καρέκλας ντουζ

Επιπροσθέτως, και σύμφωνα με το Visit Britain, οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον προσβάσιμο τουρισμό χρειάζεται να πληρούν και άλλες προϋποθέσεις προκειμένου να διεκδικήσουν μια εξέχουσα θέση στην αγορά προσβάσιμου τουρισμού, και αυτές είναι:

- Εστιασμένο μίγμα marketing
- Κατάλληλες τροποποιήσεις κτιρίων και λοιπών υποδομών
- Παροχή λεπτομερούς και προσιτής πληροφόρησης για τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης
- Εκπαιδευμένο και ενημερωμένο για τις προσβάσιμες εγκαταστάσεις προσωπικό, και γενικά, σωστή εξυπηρέτηση πελατών.

Το ζήτημα της τμηματοποίησης της αγοράς προσβάσιμου τουρισμού αποτελεί την πιο πρόσφατη ένδειξη εξέλιξης και εμβάθυνσης στο αντικείμενο αυτό, και έχει αναγνωριστεί και προταθεί σαν την αποτελεσματικότερη στρατηγική από τους μεγαλύτερους Ευρωπαϊκούς και Αμερικάνικους φορείς του τουρισμού. Εννοιολογικά, η τμηματοποίηση της αγοράς περιλαμβάνει την υποδιαίρεση της συνολικής αγοράς σε ομοιογενή τμήματα πελατών κι έπειτα τη μελέτη κάθε τμήματος ως μια μικρότερη εξειδικευμένη αγορά με καταλληλότερη στρατηγική στόχευσης και μεγαλύτερη κερδοφορία. Η επιτυχής τμηματοποίηση προσβάσιμου τουρισμού προϋποθέτει το πελατειακό σύνολο κάθε τμήματος να αποτελεί ομοιογενή ομάδα (π.χ. άνθρωποι με μειωμένη κινητικότητα), με όμοια προσωπικά χαρακτηριστικά, να είναι ευδιάκριτα διαφορετική από τις ομάδες των υπόλοιπων τμημάτων, να έχει το κατάλληλο μέγεθος, να ταιριάζει με τα δυναμικά στοιχεία κάθε προτεινόμενου του προορισμού (Dolnicar,

2008) και να μπορεί ένα τουλάχιστον από τα τμήματα να αναδειχθεί βάσει ελκυστικότητας έτσι ώστε να καθοριστεί σαν αγορά-στόχος και να προσεγγιστεί από το μίγμα marketing. Υπάρχει μια ευρεία γκάμα τεχνικών τμηματοποίησης, ενώ παράλληλα, τα κριτήρια μπορεί να είναι γεωγραφικά, δημογραφικά, ψυχογραφικά ή κριτήρια αγοραστικής συμπεριφοράς.

Ακολούθως, αναλύεται το γενικό προφίλ του πελατειακού κοινού των ταξιδιωτών ΑμεΑ, με έμφαση στα ψυχογραφικά στοιχεία και στα στοιχεία της αγοραστικής συμπεριφοράς καθώς αυτά αποτελούν τους καταλληλότερους παράγοντες για την βαθύτερη κατανόηση των πελατειακών αναγκών αλλά και της σπουδαιότητας της τμηματοποίησης αυτής της αγοράς (Dolnicar, 2008).

Το προφίλ των τουριστών με αναπηρία σε σχέση με τους μη-ανάπηρους ταξιδιώτες:

- Γίνονται πιο εύκολα αφοσιωμένοι πελάτες
- Διαμένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα
- Προτιμούν να ταξιδεύουν σε μεγάλα group (Buhalis και Costa, 2006)
- Οι τουριστικές δαπάνες τους είναι 1,16 φορές μεγαλύτερες (German Federal Ministry of economics and labour)
- Διατίθενται να πληρώσουν τα διπλάσια χρήματα για καλύτερη προσβασιμότητα (Harris Interactive Market Research, 2003)
- Επαναλαμβάνουν τις διακοπές τους σε μέρη με καλή προσβασιμότητα (European Commission, 2004)
- Χρησιμοποιούν συστηματικά forums και blogs και κάνουν συστάσεις μέσω αυτών
- Το 88% των ταξιδιωτών με αναπηρία πάνε διακοπές τουλάχιστον μία φορά το χρόνο
- Το 74% των ΑμεΑ-ταξιδιωτών είναι πρόθυμο να ταξιδεύει περισσότερο αν βελτιωθεί συνολικά η ταξιδιωτική εμπειρία (Darcy, 1998)
- Το 70% του πληθυσμού με αναπηρία έχει την οικονομική και φυσική δυνατότητα να ταξιδεύει, δημιουργώντας πιθανό εισόδημα 88,6 δις ευρώ μέχρι το 2025, αύξηση 65% από το 2005 (Bowtell, 2014) ενώ δεν είναι διατεθειμένοι να ταξιδέψουν σε μη ικανοποιητικούς προορισμούς (Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση XXII-Τουρισμός, 2003).

Τα οφέλη της τμηματοποίησης αυτής για τους φορείς του τουρισμού περιλαμβάνουν την βαθύτερη κατανόηση των αναγκών του ταξιδιώτη με αναπηρία, την εξακρίβωση των ευκαιριών της αγοράς, την εξειδίκευση της στρατηγικής ανάπτυξης και συμπερασματικά τη βελτίωση της στόχευσης και την αύξηση της αποδοτικότητας και κερδοφορίας από τον υποκλάδο του προσβάσιμου τουρισμού (wikimarkt.wikispaces.com). Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ωστόσο θα έχουν και οι τουριστικοί προορισμοί που θα καταφέρουν να αναδειχθούν και να προωθηθούν σαν προσβάσιμοι (Dolnicar, 2008), καθώς:

- Θα επωφεληθούν από τη σημαντική διαφορά μεγέθους μεταξύ ανταγωνισμού προσβάσιμου τουρισμού και ανταγωνισμού μαζικού τουρισμού.
- Οι προωθητικές ενέργειες μπορούν να εστιαστούν καλύτερα στη δημιουργία ενός καταλληλότερου μηνύματος (π.χ. προσβάσιμες παραλίες, προσβάσιμοι αρχαιολογικοί κ.α. χώροι για άτομα με μειωμένη κινητικότητα) και να επιλεγεί το καταλληλότερο επικοινωνιακό κανάλι για το μήνυμα αυτό (τηλεοπτικές εκπομπές/περιοδικά/forum που αφορούν τον πληθυσμό με κινητικές αναπηρίες).
- Η εξειδικευμένη βελτίωση αυτού του τουριστικού προϊόντος είναι πιο εφικτή σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό όπου απαιτείται η συνεχής παροχή όλων των υπηρεσιών σε όλους τους ανθρώπους στο χαμηλότερο κόστος.
- Η επανάληψη, η σύσταση και η επαναπροώθηση των διακοπών σε ένα προσβάσιμο προορισμό, από τον ταξιδιώτη που βίωσε μια ταξιδιωτική εμπειρία επιτυχώς εστιασμένη στις ανάγκες του, είναι εξαιρετικά πιθανότερη κι ακόμα, πολύ χρήσιμη για τις επιχειρήσεις σαν μία αξιόπιστη και χωρίς κόστος διαφήμιση.

3.4.1 Χαρακτηριστικά και προοπτικές του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα

Το επίπεδο της εγχώριας προσβασιμότητας είναι αρκετά χαμηλότερο από τα ευρωπαϊκά δεδομένα, καθώς στις ελληνικές τουριστικές υποδομές καλύπτεται συνήθως το ήμισυ των προαναφερθέντων χαρακτηριστικών με τα καταλύματα που διαφημίζονται ως προσβάσιμα να διαθέτουν ελάχιστα αντίστοιχα δωμάτια. Βάσει του ελάχιστου αριθμού δωματίων για άτομα μειωμένης κινητικότητας που ορίζεται από την ελληνική νομοθεσία σε ποσοστό 5% επί της συνολικής δυναμικότητας του καταλύματος, εκτιμάται ότι η δυναμικότητα προσβάσιμων δωματίων στην Ελλάδα θα

έπρεπε να είναι περίπου 20.357 δωμάτια με 39.428 κλίνες, με τα περισσότερα να ανήκουν σε ξενοδοχεία κατηγορίας 4-5 αστέρων, πράγμα που αναλογικά συνεπάγεται το αυξημένο κόστος διαμονής για τους ταξιδιώτες με αναπηρία.

Ακόμα, μεγάλη δυσαναλογία σε σχέση με τη ζήτηση προσβάσιμων εγκαταστάσεων, παρατηρείται στους περισσότερους χώρους εστίασης και αναψυχής της ελληνικής επικράτειας, οι οποίοι ακόμα κι αν διαθέτουν κατάλληλη πρόσβαση στην είσοδο της επιχείρησης (κεκλιμένες ράμπες στα ισόγεια ή ανελκυστήρα αν βρίσκονται σε όροφο), συνήθως στερούνται τις ειδικές τουαλέτες και άλλες βασικές τεχνικές υποδομές. Χαρακτηριστικό επίσης αποτελεί, το γεγονός της μη ύπαρξης ή μη επαρκούς λειτουργίας βασικών στοιχείων προσβασιμότητας σε δημοφιλείς και πολυσύχναστους αρχαιολογικούς χώρους (Κνωσός, Ακρόπολη κ.α.) και ιστορικά κέντρα της χώρας μας.

Αντιλαμβανόμαστε ότι το μέγεθος της Ευρωπαϊκής αγοράς του προσβάσιμου τουρισμού είναι αρκετά αξιόλογο και σε συνδυασμό με τα προαναφερθέντα δεδομένα πληθυσμιακής γήρανσης, οι προκύπτουσες ανάγκες θα οδηγήσουν σύντομα σε ραγδαία αύξηση της ζήτησης διευρύνοντας τις προοπτικές αυτής της ανεκμετάλλευτης βιομηχανίας. Οι χώρες και οι επιχειρήσεις που θα καταφέρουν, με έγκαιρο και καινοτομικό τρόπο, να συνεντάξουν τη φιλοσοφία του καθολικού σχεδιασμού στη λειτουργία τους, θα έχουν ένα οξύτατο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τα επόμενα χρόνια, στη τουριστική βιομηχανία, στην οποία η Ελλάδα κερδίζει ολοένα και υψηλότερα μερίδια. Το επίπεδο προσβασιμότητας στην Ελλάδα, στην οποία η βαριά βιομηχανία είναι ο τουρισμός, θα πρέπει να βελτιωθεί άμεσα και με επάρκεια, σε κρατικό και ιδιωτικό επίπεδο καθώς αυτό θα έχει καταλυτική συνεισφορά στα συνολικά έσοδα, αν και εφόσον επιτευχθεί η συνειδητοποίηση και έγκαιρη εδραίωση της αντίληψης ότι ο προσβάσιμος τουρισμός είναι η επόμενη παγκόσμια επιχειρηματική κι όχι μόνο φιλανθρωπική κίνηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΜΕΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

4.1 Ερευνητικοί Στόχοι

Βασικός στόχος της συγκεκριμένης έρευνας, είναι η διερεύνηση της υφιστάμενης τουριστικής υποδομής της Κρήτης, στα πλαίσια των θεμελιωδών προδιαγραφών προσβασιμότητας, αναφορικά με τη διαμονή και τη μετακίνηση τουριστών με αναπηρία, καθώς και η ανάδειξη των προοπτικών του προσβάσιμου τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης. Ένας ακόμα στόχος είναι η συγκεκριμένη έρευνα να αποτελέσει εφαλτήριο για μελλοντική στροφή του ενδιαφέροντος των ερευνητικών και επιστημονικών φορέων της χώρας στα θέματα της αναπηρίας και του προσβάσιμου τουρισμού καθώς για μια χώρα με βασική οικονομική δραστηριότητα τον τουρισμό, η έλλειψη σχετικών ερευνών προκαλεί εμπόδια στην ανταγωνιστικότητα και οικονομικό-κοινωνική εξέλιξη σε ιδιωτικό και κρατικό επίπεδο.

Οι επιμέρους ερευνητικοί στόχοι που αναπτύχθηκαν αφορούν στη διερεύνηση και συλλογή πληροφοριών σχετικά με τα εξής:

- Μέγεθος της τουριστικής προσφοράς του ξενοδοχειακού κλάδου (Δυναμικότητα δωματίων για ΑμεΑ και εγκαταστάσεις τους)
- Χαρακτηριστικά των καταλυμάτων (δωματίων και κοινόχρηστων χώρων) που απευθύνονται σε τουρίστες με αναπηρία
- Ενδιαφέρον ξενοδόχων για τον κλάδο του προσβάσιμου τουρισμού
- Επίπεδο εκπαίδευσης και εξοικείωσης των εργαζομένων στα καταλύματα και τις υπηρεσίες μεταφορών

- Χαρακτηριστικά των τουριστών με αναπηρία και του τουριστικού προϊόντος των ταξιδιών των ΑμεΑ
- Μέγεθος της ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού
- Ποιότητα εξυπηρέτησης και επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών ΑμεΑ στα καταλύματα και στις υπηρεσίες μεταφορών
- Επίπεδο ικανοποίησης τουριστών στον τομέα των οδικών μεταφορών της Κρήτης
- Επίπεδο ικανοποίησης τουριστών με αναπηρία από τις εγκαταστάσεις των καταλυμάτων και τις υπηρεσίες μεταφορών
- Αξιολόγηση της καταλληλότητας του προορισμού για τουρισμό ατόμων με αναπηρία και προτάσεις ανάπτυξης/βελτίωσης
- Επίπεδο ανταπόκρισης των διαφημιζόμενων υποδομών των καταλυμάτων στις πραγματικές
- Αξιολόγηση των προοπτικών του κλάδου του προσβάσιμου τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης

4.2 Μέθοδος Έρευνας

Στις μέρες μας, η έρευνα έχει εξελιχθεί και αναπτυχθεί σε πολλά διαφορετικά αντικείμενα επιστημονικής εφαρμογής καθώς αποσκοπεί στην αναζήτηση νέας γνώσης για την επίλυση οποιουδήποτε προβλήματος. Η επιστημονική έρευνα αφορά πειραματικές μεθόδους διερεύνησης φαινομένων με συστηματικό τρόπο και έπειτα τη συλλογή κι επεξεργασία πληροφοριών ενώ σε πρωτογενές στάδιο, προαπαιτείται η συλλογή ανεπεξέργαστου υλικού και στη συνέχεια η κατάλληλη ανάλυσή του.

Τα είδη της έρευνας έχουν κατηγοριοποιηθεί, σύμφωνα με τους μελετητές, με διάφορους τρόπους, ενώ υπάρχει και η παρακάτω επιγραμματική κατηγοριοποίηση βάσει των χαρακτηριστικών τους (Ανδριώτης, 2005):

- Σκοπός της πληροφόρησης
- Μέθοδος συλλογής στοιχείων (πρωτογενών και δευτερογενών)

Ανάλογα με τη φύση του ερευνητικού προβλήματος, η έρευνα διακρίνεται σε *Ποιοτική* και *Ποσοτική*. Η ποιοτική έρευνα αφορά τη διερεύνηση αντιλήψεων και συμπεριφορών και βασίζεται σε τεχνικές που δε σχετίζονται με τη μέτρηση αριθμητικών και μαζικά επαναλαμβανόμενων φαινομένων. Χρησιμοποιείται περισσότερο στις κοινωνικές επιστήμες και στοχεύει στη περιγραφή και ανάλυση διαφόρων κοινωνικών διαδικασιών/καταστάσεων μεταξύ των κοινωνικών ομάδων (Μυλωνά, 2017) ενώ επικεντρώνεται κυρίως στα ερωτήματα «πώς» και «γιατί», σε αντίθεση με την ποσοτική που απαντά κυρίως το «πόσο» και το «ποιος» (Ιωσηφίδης, 2003). Ακόμα, η ποιοτική έρευνα διακρίνεται σε: συμμετοχική παρατήρηση, προσωπική συνέντευξη, ανάλυση περιεχομένου/κειμένων-αρχαιακού υλικού, μελέτη περίπτωσης, κ.ά. (Ζαφειρόπουλος, 2017).

Στον αντίποδα, η ποσοτική έρευνα ενδείκνυται για τη διερεύνηση αριθμητικών δεδομένων με σκοπό την εξαγωγή ποσοτικών δεδομένων και αντίστοιχων συμπερασμάτων. Είναι συστηματική και περιλαμβάνει τα εξής στάδια (Ζαφειρόπουλος, 2017):

1. Ορισμός του θέματος και των ερωτημάτων
2. Ορισμός του πληθυσμού
3. Διαμόρφωση του ερωτηματολογίου
4. Ορισμός του δείγματος και δειγματοληψία
5. Εκπαίδευση και συντονισμός συνεντευκτών
6. Συλλογή των δεδομένων
7. Έλεγχος των δεδομένων
8. Ανάλυση των δεδομένων
9. Παρουσίαση των ευρημάτων

Ακόμα, η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιεί τα εξής εργαλεία (Ανδριώτης, 2005) :

- Δημοσκοπήσεις

- Πειράματα και παρατήρηση
- Δομημένα ερωτηματολόγια
- Μεθόδους δειγματοληψίας με πιθανότητες

4.2.1 Μεθοδος Έρευνας

Η συγκεκριμένη πρωτογενής έρευνα πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας, με σκοπό τη διερεύνηση του επιπέδου των προσβάσιμων υποδομών, κυρίως, στον κλάδο των τουριστικών καταλυμάτων στο νησί της Κρήτης. Αποτελεί ποσοτική έρευνα και επικεντρώνεται στην ταυτόχρονη συλλογή πληροφοριών, τόσο, από πλευράς προσφοράς (τουριστικά καταλύματα), όσο, και από πλευράς ζήτησης του προϊόντος του προσβάσιμου τουρισμού (τουρίστες με αναπηρία και εμποδιζόμενα άτομα). Οι πληροφορίες αυτές αναφέρονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης, τα μεγέθη αυτών, και, στα χαρακτηριστικά του προορισμού και την αξιολόγησή του σαν τουριστικός προορισμός για άτομα με αναπηρία.

Αρχικά, προσδιορίστηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα και οι ερευνητικοί στόχοι της μελέτης και έπειτα καθορίστηκαν τα κριτήρια της δειγματοληψίας και επιλέχθηκε το δείγμα που θα αντιπροσώπευε την προσφορά και τη ζήτηση του προσβάσιμου τουρισμού της Κρήτης.

Στη συνέχεια διαμορφώθηκαν τα κατάλληλα ερωτηματολόγια για την κάλυψη των ερευνητικών αναγκών και τη συλλογή των πληροφοριών, αναφορικά με την προσφορά και ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης, τα οποία διανεμήθηκαν σε ηλεκτρονική και έντυπη μορφή. Τέλος, τα στοιχεία που συλλέχθηκαν από τα απαντημένα ερωτηματολόγια αναλύθηκαν και επεξεργάστηκαν μέσω στατιστικού πακέτου και παρουσιάζονται εκτενώς στις επόμενες υποενότητες του κεφαλαίου.

4.2.2 Περιοχή έρευνας

Περιοχή της έρευνας αποτελεί η Περιφέρεια Κρήτης, αφενός, λόγω εντοπιότητας της ερευνήτριας, και αφετέρου, λόγω του ότι αποτελεί έναν από τους

δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας, τόσο για το μαζικό τουρισμό όσο και για τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων.

4.2.3 Επιλογή Δείγματος – Δειγματοληψία

Μονάδες της έρευνας συνιστούν για την τουριστική προσφορά, τα καταλύματα (3-5 αστέρων) στη περιφέρεια της Κρήτης και για τη ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού οι ενήλικες τουρίστες (ημεδαποί και αλλοδαποί) με κάποιου είδους αναπηρία.

Η επιλογή του δείγματος της έρευνας έγινε με γνώμονα τη μέγιστη δυνατή εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της μελέτης, τόσο από πλευράς προσφοράς όσο και από πλευράς ζήτησης.

Η δειγματοληψία από πλευράς προσφοράς επικεντρώθηκε στους μεγαλύτερους πάροχους τουριστικής διαμονής της περιφέρειας της Κρήτης. Συγκεκριμένα, ο πληθυσμός της έρευνας που αποτέλεσε και το δείγμα της έρευνας (απογραφική έρευνα) περιλαμβάνει 337 τουριστικά καταλύματα που, σύμφωνα με τις επίσημες καταγραφές του Ξ.Ε.Ε., έχουν δηλώσει ότι διαθέτουν προσβάσιμες υποδομές για άτομα με αναπηρίες. Τα περισσότερα από τα τουριστικά αυτά καταλύματα ανήκουν στην κατηγορία των 3 αστέρων και άνω.

Για τις ανάγκες της έρευνας που απευθυνόταν στην τουριστική ζήτηση, πραγματοποιήθηκε τυχαία δειγματοληψία, με δείγμα ευκολίας 100 ατόμων. Τα κριτήρια επιλογής του δείγματος των ερωτώμενων της ζήτησης ήταν (α) η ηλικία τους (18 ετών και άνω), (β) η ύπαρξη οποιασδήποτε μορφής αναπηρίας, και, (γ) η πραγματοποίηση τουλάχιστον μίας διανυκτέρευσης σε τουριστικό κατάλυμα της Κρήτης.

4.2.4 Εργαλείο Έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη με χρήση δομημένων ερωτηματολογίων καθώς κρίθηκε η καταλληλότερη μέθοδος λόγω του χαρακτηριστικού της αμεσότητας και αρτιότητας στη συλλογή στοιχείων. Για τη συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών

διαμορφώθηκαν δύο διαφορετικά ερωτηματολόγια αναλογικά με τις δύο διαφορετικές ομάδες που αντιπροσωπεύουν (διευθυντές ή ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και τουρίστες με αναπηρία) ενώ βασικός άξονας στην κατάρτισή τους ήταν η μέγιστα στοχευμένη και σύντομη κάλυψη όλων των ερευνητικών στόχων. Για το λόγο αυτό επιλέχθηκαν, ερωτήσεις κλειστού τύπου, πολλαπλής επιλογής κ.τ.λ. ενώ για λόγους βελτιστοποίησης του επικοινωνιακού επιπέδου μεταξύ ερευνήτριας και αλλοδαπών-ερωτώμενων τουριστών, το αντίστοιχο ερωτηματολόγιο μεταφράστηκε στην Αγγλική, Γερμανική και Ρώσικη γλώσσα. Τα ελληνικά και ξενόγλωσσα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται συγκεντρωτικά στο **Παράρτημα 1**.

Τέλος, τα στοιχεία που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν και επεξεργάστηκαν μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS 20 και παρουσιάζονται σε επόμενη ενότητα του κεφαλαίου.

4.3 Δομή Ερωτηματολογίων

4.3.1 Δομή Ερωτηματολογίου Ξενοδοχείων

Το ερωτηματολόγιο που απευθύνεται στα ξενοδοχεία περιλαμβάνει 20 ερωτήσεις, κατανομημένες σε δύο ενότητες. Η Ενότητα Α αφορά τον προσβάσιμο τουρισμό και περιλαμβάνει 16 ερωτήσεις σχετικά με τις υπάρχουσες υποδομές προσβασιμότητας στους χώρους του καταλύματος, τα χαρακτηριστικά της ζήτησης, το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών και ελκυστικότητας του προϊόντος αυτού και τις σχετικές προτάσεις ανάπτυξης. Η Ενότητα Β αποτελείται από 4 ερωτήσεις και αναφέρεται στα βασικά χαρακτηριστικά λειτουργίας του καταλύματος και οι δεδομένες απαντήσεις έχουν επιλεγεί σύμφωνα με τις σχετικές υποδείξεις του ΞΕΕ και ΣΕΤΕ (π.χ. ηλικιακές κατατάξεις, δυναμικότητα δωματίων κ.ο.κ).

Η παρουσίαση των ερωτήσεων και η επεξήγηση της σκοπιμότητάς τους, που ακολουθεί, είναι ομαδοποιημένη βάσει του τύπου των ερωτήσεων που διαμορφώθηκαν.

➤ Ερωτήσεις κλειστού τύπου:

- **Διπολικές/Διχοτομικές**

Υπάρχουν ράμπες για κίνηση αμαξιδίων στους περιβάλλοντες χώρους του ξενοδοχείου;

ΝΑΙ

ΌΧΙ

Η ύπαρξη κεκλιμένων επιπέδων (ράμπες) στις κεντρικές εισόδους των ξενοδοχείων όπως και σε όλους τους δημόσιους χώρους αποτελεί βασική προδιαγραφή του καθολικού σχεδιασμού όσον αφορά τους χρήστες αμαξιδίων αλλά και όλη την ομάδα των εμποδιζόμενων ατόμων και είναι νομοθετικά κατοχυρωμένο σχεδιαστικό πρότυπο. Αποτελεί επίσης ένα από τα χαρακτηριστικά των καταλυμάτων που φιλοξενούν ΑμεΑ που είναι και ένας επιμέρους ερευνητικός μας στόχος. Η ερώτηση είναι διχοτομική/διπολική και σκοπός της είναι να δώσει ένα μετρήσιμο αποτέλεσμα στο κατά πόσο πληρούνται οι βασικές διατάξεις του νόμου περί προσβασιμότητας.

Υπάρχουν εργαζόμενοι που γνωρίζουν τη νοηματική γλώσσα;

ΝΑΙ

ΌΧΙ

Η επίσης διχοτομική αυτή ερώτηση αφορά στην ενδεχόμενη ύπαρξη καταρτισμένου στην εξυπηρέτηση κωφάλαλων ατόμων προσωπικού ξενοδοχείων και σκιαγραφεί τη γενικότερη αντίληψη, από πλευράς εργαζομένων και επιχείρησης, σχετικά με την αναγκαιότητα ύπαρξης της σχετικής επικοινωνιακής κατάρτισης στις υπό εξέταση επιχειρηματικές μονάδες.

Υπάρχουν στο ξενοδοχείο ειδικά διαμορφωμένα δωμάτια για άτομα με αναπηρία (ειδικά κρεβάτια, ειδικά διαμορφωμένες τουαλέτες, κτλ.);

ΝΑΙ

ΌΧΙ

Τα διαμορφωμένα για άτομα με μειωμένη κινητικότητα δωμάτια προβλέπεται να υπάρχουν σε όλα τα ξενοδοχεία της χώρας κατ' αναλογία με τη δυναμική έκαστου καταλύματος σε ποσοστό 5% επί των συνολικών δωματίων (Ν. 4067/2012 (Α' 79)). Η διαρρύθμιση αφορά το μέγεθος της πόρτας εισόδου στο δωμάτιο και στο μπάνιο, το ειδικό κρεβάτι, μεγαλύτερη ευρυχωρία στις αποστάσεις μεταξύ των επίπλων, χαμηλότερο ύψος στις πρίζες και διακόπτες, ειδική τουαλέτα, ντουζιέρα κ.ά. Ωστόσο, τα περισσότερα ξενοδοχεία δεν εφαρμόζουν τα παραπάνω με αποτέλεσμα να πληρούνται ελάχιστες από τις προβλεπόμενες προδιαγραφές στη πλειοψηφία των δωματίων που φιλοξενούνται τουρίστες με μειωμένη κινητικότητα. Για το λόγο αυτό,

κρίθηκε αναγκαία η διατύπωση της συγκεκριμένης διχοτομικής ερώτησης, η οποία σε συνδυασμό με την Ερώτηση 4, θα δώσει τα αναγκαία στοιχεία για την εξαγωγή αποτελεσμάτων των ερευνητικών στόχων αναφορικά με το μέγεθος της προσφοράς προσβάσιμου τουρισμού.

Οι πελάτες με αναπηρία που εξυπηρετείτε είναι κατά κύριο:

Αλλοδαποί

Ημεδαποί

Η ερώτηση αναφέρεται στα χαρακτηριστικά της ζήτησης του προσβάσιμου τουρισμού, που είναι ένας ερευνητικός μας στόχος, και συγκεκριμένα στο ποσοστό εντοπιότητας ή μη των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη.

Το κατάλυμα λειτουργεί σε βάση:

Εποχική

Ετήσια

Η συγκεκριμένη ερώτηση εντάσσεται στη δεύτερη ενότητα και αναφέρεται στη εποχικότητα των υπό εξέταση καταλυμάτων η οποία αποτελεί χαρακτηριστικό της προσφοράς και περιλαμβάνεται στα ερευνητικά μας ερωτήματα.

- **Πολλαπλής επιλογής**

Αν απαντήσατε «ΝΑΙ»: Πόσα ειδικά διαμορφωμένα δωμάτια διαθέτει η επιχείρηση;

1

2

3-5

5 ≤

Η ερώτηση αυτή (Ερώτηση 4) είναι συνδυαστική με τη διπολική ερώτηση για την ύπαρξη ή μη δωματίων για ΑμεΑ (Ερώτηση 3) και επιλέχθηκε με σκοπό να υποδείξει, αφενός, την τάση των ξενοδόχων για εφαρμογή και συμμόρφωση με τη προαναφερθείσα νομοθετική διάταξη και, αφετέρου, μία εικόνα για τη σχετική δυναμική της Κρήτης σε προσβάσιμα δωμάτια και συνεπώς τον όγκο τουριστών ΑμεΑ που μπορούν με άνεση να φιλοξενηθούν. Οι πολλαπλές επιλογές που δόθηκαν στα πλαίσια των πιθανών απαντήσεων στην ερώτηση αυτή, είναι αποτέλεσμα του υπολογισμού του ποσοστού του 5% που συστήνεται στη νομοθεσία αναλογικά με τη δυναμική των ξενοδοχείων σύμφωνα με το ΞΕΕ. Αφορούν δηλαδή τον αριθμό προσβάσιμων δωματίων σύμφωνα με τις δεδομένες από το ΞΕΕ κλίμακες

δυναμικότητας των ξενοδοχείων υπό τη συνθήκη ότι έχει εφαρμοστεί ο κανονισμός του 5%.

Πόσους τουρίστες με αναπηρία φιλοξενείτε ετησίως στο κατάλυμα;

0 1-10 11-24 24-30 31-70 71≤

Η ερώτηση αφορά τον όγκο τουριστών με αναπηρία, που φιλοξενούνται ετησίως στα υπό εξέταση καταλύματα της Κρήτης, και πρόκειται να αποτελέσει μία εκτίμηση σχετικά με το μέγεθος της ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού στην Κρήτη. Τα πεδία που δόθηκαν σαν απαντήσεις αφορούν τη μέγιστη εκτιμώμενη πληρότητα σε συνάρτηση με τη δυναμική των ξενοδοχείων, και τη πιθανή συχνότητα αφίξεων στα διαθέσιμα αναπηρικά δωμάτιά τους στους 6 μήνες της τουριστικής περιόδου.

Πόσα χρόνια λειτουργεί το ξενοδοχείο σας;

≤10 11-30 31-50 51-80 81-100 101≤

Η ερώτηση περιλαμβάνεται στην Ενότητα Β και εξυπηρετεί τους σκοπούς της εργασίας αναφορικά με τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών των υπό έρευνα τουριστικών καταλυμάτων. Στη συγκεκριμένη ερώτηση χρησιμοποιήθηκαν επίσης δεδομένα παλαιότητας που αντλήθηκαν από σύντομη προσωπική έρευνα του υποφαινόμενου (ύπαρξη ξενοδοχειακών μονάδων που ανεγέρθηκαν τα προηγούμενα 7, 5 ή και 2 έτη) για τα οποία δεν υπήρχε σχετική σύγχρονη ενημέρωση από τις προαναφερθείσες έγκριτες πηγές (ΞΕΕ).

Ποια είναι η κατάταξη του ξενοδοχείου σας;

<3 * 3-4 * 5* ≤

Η πολλαπλής επιλογής ερώτηση αφορά την κατάταξη των ξενοδοχειακών μονάδων σύμφωνα με το ΞΕΕ και αναφέρεται στα χαρακτηριστικά των υπό εξέταση καταλυμάτων.

Ποια η δυναμική του ξενοδοχείου σας σε δωμάτια;

≤ 20 21-50 51-100 101≤

Η ερώτηση αφορά τη δυναμικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων σύμφωνα με το ΞΕΕ, η οποία αποτελεί βασικό μέγεθος του επιπέδου ανταγωνιστικότητας ενός τουριστικού προορισμού. Το σύνολο των απαντήσεων θα αποτελέσει αντικείμενο σύγκρισης με το αντίστοιχο της Ερώτησης 4 με σκοπό να διαπιστωθεί η αναλογία προσβάσιμων δωματίων επί των συνολικών δωματίων.

- **Κλίμακας Likert**

Σε μία κλίμακα από το 1(Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ), ποιος είναι ο βαθμός συμφωνίας σας με τα παρακάτω;

	1	2	3	4	5
Θεωρείτε ότι οι πελάτες με αναπηρία εξυπηρετούνται ποιοτικά από την ξενοδοχειακή σας επιχείρηση;					
Πόσο εξοικειωμένοι είναι οι εργαζόμενοι σας με την εξυπηρέτηση τουριστών με αναπηρία;					
Πόσο χρήσιμη ήταν για την επιχείρηση να εκπαιδεύσει τους εργαζομένους της στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ;					
Αποτελεί ο τουρισμός με αναπηρία μία σημαντική αγορά για την επιχείρησή σας;					

Θεωρείτε ότι η περιφέρεια της Κρήτης διαθέτει κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση προσβάσιμου τουρισμού;					
Θεωρείτε ότι στα μουσεία και στους επισκέψιμους χώρους της Κρήτης υπάρχει μέριμνα στις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση του προσβάσιμου τουρισμού;					
Αποτελεί για εσάς ο προσβάσιμος τουρισμός έναν ελκυστικό τομέα για μελλοντική επιχειρηματική εξειδίκευση σας;					
Θεωρείτε ότι ο προσβάσιμος τουρισμός παρουσιάζει τάσεις ανάπτυξης στην Ελλάδα?					
Θεωρείτε ότι ο προσβάσιμος τουρισμός παρουσιάζει τάσεις ανάπτυξης διεθνώς?					

Οι ερωτήσεις πενταβάθμιας κλίμακας Likert (1=Καθόλου έως το 5=Πάρα πολύ) του συγκεκριμένου πίνακα αφορούν τις απόψεις των ξενοδόχων σχετικά με το επίπεδο εξυπηρέτησης των τουριστών με αναπηρία από έκαστο κατάλυμα, την καταλληλότητα της Κρήτης σε επίπεδο υποδομών και φιλικότητας σαν τουριστικός

προορισμός ατόμων με αναπηρία, και, τις απόψεις τους για τις εγχώριες και διεθνείς τάσεις ανάπτυξης του τουρισμού ΑμεΑ, όπως αυτά προαναφέρονται στους επιμέρους ερευνητικούς στόχους.

➤ **Ερωτήσεις ανοιχτού τύπου:**

Τι θεωρείτε ότι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή να υλοποιηθεί, ώστε η Κρήτη να καταστεί ένας περισσότερο φιλικός προορισμός για τουρισμό ατόμων με αναπηρία;

Η συγκεκριμένη ερώτηση είναι η μόνη ερώτηση ανοιχτού τύπου για το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο ενώ βρίσκεται επίσης και στο ερωτηματολόγιο των τουριστών. Σκοπό έχει να ζητηθούν από τους ερωτώμενους προσωπικές συστάσεις και προτάσεις ανάπτυξης για τη βελτίωση του επιπέδου της Κρήτης σαν προορισμός για τουρισμό ΑμεΑ και να διαπιστωθεί η πιθανή ταύτιση ή μη των απόψεων τους για τις ανάγκες του νησιού σε τουριστικές κ.α. υποδομές προσβασιμότητας, τα οποία συνάδουν με τα ερευνητικά ερωτήματα.

4.3.2 Δομή Ερωτηματολογίου Τουριστών

Το ερωτηματολόγιο που διαμορφώθηκε για τους τουρίστες με αναπηρία περιλαμβάνει 32 ερωτήσεις, κατανεμημένες σε τρεις ενότητες. Ο μεγαλύτερος όγκος του (συγκριτικά με το προηγούμενο ερωτηματολόγιο) οφείλεται, αφενός, στο πλεονέκτημα της υψηλότερης συμμετοχικότητας αυτού του δείγματος (λόγω ότι οι τουρίστες έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο και καλύτερη διάθεση από τους εργαζόμενους-ξενοδόχους για να απαντήσουν στα ερωτηματολόγια), κι αφετέρου, στη ανάγκη για εμβάθυνση στην κατανόηση των αναγκών των τουριστών με αναπηρία.

Η Ενότητα Α περιλαμβάνει 8 ερωτήσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού και η Ενότητα Β αποτελείται από 17 ερωτήσεις, αφενός για την αξιολόγηση των υποδομών προσβασιμότητας στους χώρους του καταλύματος, τα μέσα μεταφοράς και γενικά σε χώρους και υπηρεσίες της Κρήτη, και αφετέρου για τη διερεύνηση των τάσεων και προτιμήσεων των τουριστών με αναπηρία. Τέλος, η Ενότητα Γ περιλαμβάνει 7 ερωτήσεις, διπολικές και πολλαπλής επιλογής, που αφορούν τα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος της έρευνας και

τοποθετήθηκαν στο τέλος του ερωτηματολογίου χάριν διευκόλυνσης της ροής κι εξέλιξης των συνεντεύξεων.

Η παρουσίαση των ερωτήσεων και η επεξήγηση της σκοπιμότητάς τους είναι όπως στο προηγούμενο ερωτηματολόγιο, ομαδοποιημένη βάσει του τύπου των ερωτήσεων που διαμορφώθηκαν.

➤ **Ερωτήσεις κλειστού τύπου:**

• **Διπολικές/Διχοτομικές**

Πώς οργανώσατε το ταξίδι σας;

Αυτόνομα

Μέσω τουριστικού πρακτορείου

Ο τρόπος οργάνωσης των ταξιδιών έχει εξελιχθεί ραγδαία μέσω της τεχνολογικής επανάστασης των τελευταίων δεκαετιών καθώς παλαιότερα ήταν απαραίτητο να επισκεφτεί κάποιος ένα τουριστικό πρακτορείο ενώ πλέον, σχεδόν καθένας έχει τη δυνατότητα να σχεδιάσει και να κλείσει μόνος του διαδικτυακά το πλήρες πακέτο των διακοπών του, εξοικονομώντας χρήμα και χρόνο. Οι απαντήσεις πρόκειται να δώσουν μια εικόνα σχετικά με την αυτονομία και το βαθμό εξοικείωσης των ΑμεΑ-ταξιδιωτών με την εγκαθίδρυση της τεχνολογίας στο κλάδο του τουρισμού, που είναι κι ένα από τα χαρακτηριστικά της ζήτησης.

Θα επισκεπτόσασταν ξανά τον προορισμό (Κρήτη) για διακοπές;

ΝΑΙ

ΌΧΙ

Η ερώτηση εξυπηρετεί την ανάγκη εξαγωγής αποτελεσμάτων σχετικών με τη πρόθεση επόμενης προτίμησης του συγκεκριμένου προορισμού. Συνεπώς, αφορά τους ερευνητικούς σκοπούς της εργασίας αφού αποτελεί ένα έμπρακτο δείγμα του επιπέδου ικανοποίησης των τουριστών-ΑμεΑ από τις υποδομές προσβασιμότητας και τη γενική φιλοξενία στη Κρήτη και σκιαγραφεί επίσης τις τάσεις για μελλοντική ανάπτυξη του προσβάσιμου τουρισμού στη περιφέρεια της Κρήτης.

Θα ήσασταν διατεθειμένος να πληρώσετε παραπάνω για καλύτερη προσβασιμότητα;

ΝΑΙ

ΌΧΙ

- | | | | |
|---------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| <i>Επαγγελματικούς</i> | <input type="checkbox"/> | <i>Πολιτιστικούς</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Ψυχαγωγία και διασκέδαση</i> | <input type="checkbox"/> | <i>Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Ξεκούραση και αναψυχή</i> | <input type="checkbox"/> | <i>Για λόγους υγείας</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Άλλο. Προσδιορίστε.....</i> | <input type="checkbox"/> | | |

Η ερώτηση αφορά στους λόγους επίσκεψης των ερωτώμενων στην Κρήτη και συνάδει με τους ερευνητικούς σκοπούς. Οι πιθανές απαντήσεις είναι σύμφωνες με τους κοινούς ορισμούς των μελετητών του τουρισμού, όπως αναφέρονται στο Κεφάλαιο 1 της μελέτης, ενώ διαμορφώθηκε σαν πολλαπλής επιλογής γιατί ανάλογα με το είδος του ταξιδιού μπορούν να καλύψουν στον επισκέπτη περισσότερες από μία ανάγκες (π.χ. έρχεται για ξεκούραση και αναψυχή αλλά και με σκοπό να επισκεφτεί και να γνωρίσει τους χώρους αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος).

Ταξιδεύετε:

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| <i>Μόνος/η</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Με προσωπικό βοηθό/συνοδό</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Με οικογένεια/φίλους/σύντροφο</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Με οργανωμένο γκρουπ</i> | <input type="checkbox"/> |

Η πέμπτη ερώτηση της Ενότητας Α αφορά τη συνοδεία του ερωτώμενου και τα στοιχεία της θα αποτελέσουν συγκριτικά δεδομένα σε σχέση με έρευνες που υποστηρίζουν ότι οι τουρίστες με αναπηρία προτιμούν να ταξιδεύουν σε μεγάλα group (Buhalis et al., 2006, Burnett & Baker, 2001).

Διαμένετε σε:

- | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------|--------------------------|---------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| <i>Ξενοδοχείο κατηγορίας:</i> | ≥ 2 * | <input type="checkbox"/> | $3-4$ * | <input type="checkbox"/> | 5 * \leq | <input type="checkbox"/> |
| <i>Ενοικιαζόμενα δωμάτια/Πανσιόν</i> | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| <i>Κάμπινγκ</i> | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| <i>Ιδιωτικά καταλύματα</i> | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| <i>Άλλο. Προσδιορίστε.....</i> | | <input type="checkbox"/> | | | | |

Η ερώτηση αυτή αφορά τον τύπο του καταλύματος που διαμένει ο ερωτώμενος (π.χ. Ξενοδοχείο, Ενοικιαζόμενα δωμάτια, κ.α.) και είναι πολλαπλής επιλογής με ενδιάμεση επιλογή (για λόγους σύνοψης) σχετικά με την κατάταξη του ξενοδοχείου (\geq

2 *, 3-4 *, 5 * ≤). Οι πιθανές απαντήσεις είναι επιλεγμένες βάσει της εγκεκριμένης κατάστασης των τύπων τουριστικών καταλυμάτων του ΣΕΤΕ.

Ποια είναι η διάρκεια του ταξιδιού σας σε μέρες?

≥1 2-7 8-14 15-25 26≤

Σύμφωνα με τους μελετητές του τουρισμού, ένα χαρακτηριστικό του καταναλωτικού κοινού των ΑμεΑ-ταξιδιωτών είναι το ότι προτιμούν χρονικά μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές σε σχέση με τους υπόλοιπους τουρίστες. Οι κατατάξεις στις απαντήσεις που επιλέχθηκαν είναι προϊόν πρωτογενούς έρευνας, που εξήχθη μετά από παρατήρηση του συγκεκριμένου μεγέθους (διάρκεια διαμονής των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη) σε πλατφόρμες ηλεκτρονικών κρατήσεων τοπικών ιδιωτικών εταιριών μεταφορών (παρατήρηση του μεγέθους βάσει του αιτήματος για μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο των τουριστών ΑμεΑ κατά την άφιξη και αναχώρησή τους) και είναι απόλυτα ρεαλιστικές και αξιόπιστες. Συγκεκριμένα, αφορούν τον ελάχιστο πιθανό αριθμό διανυκτερεύσεων σε ημέρες (≥1), το μέσο πιθανό αριθμό διανυκτερεύσεων που ποικίλει ανάλογα με τη περίοδο που πραγματοποιείται το ταξίδι αλλά και την οικονομική δυνατότητα και το διαθέσιμο χρονικό περιθώριο λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων των ταξιδιωτών (2-7, 8-14, 15-25) και τέλος, το μέγιστο πιθανό αριθμό διανυκτερεύσεων (26≤). Τα στοιχεία που θα εξάγουν από την ερώτηση αυτή θα συγκριθούν με τις σχετικές εκτιμήσεις των μελετητών για να διαπιστωθεί ο βαθμός συμφωνίας ή απόκλισης.

Αν απαντήσατε «ΝΑΙ»: Πόσο παραπάνω θα πληρώνετε;

≤ 5% 6-10% 11-20% 21% ≤

Η ερώτηση αυτή είναι συνδυαστική με την ερώτηση 12 (Θα ήσασταν διατεθειμένος να πληρώσετε παραπάνω για καλύτερη προσβασιμότητα;) και πρόκειται επίσης να αποτελέσει μέτρο σύγκρισης με άλλα σχετικά ερευνητικά δεδομένα καθώς υποδεικνύει την μεγαλύτερη οικονομική ευχέρεια του καταναλωτικού κοινού των ταξιδιωτών με αναπηρία, και αποτελεί συνεπώς ένα χαρακτηριστικό της ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού αλλά και ένα στοιχείο των προοπτικών αυτού του τομέα.

Ηλικία: 18-30 31-45 46-65 66 και άνω

Χώρα προέλευσης:

Ελλάδα Ην. Βασίλειο Γερμανία Σκανδιναβία
Ρωσία Άλλο: Προσδιορίστε.....

Επίπεδο Εκπαίδευσης:

Υποχρεωτική Εκπαίδευση Απόφοιτος Τεχνικών Σχολών
Ανώτερη ή Ανώτατη Εκπαίδευση Μάστερ/Διδακτορικό

Ετήσιο Εισόδημα:

Χαμηλό Μεσαίο Υψηλό

Φύση Αναπηρίας: Κινητική Αισθητηρίων οργάνων Άλλο

Οι πέντε παραπάνω ερωτήσεις αφορούν δημογραφικά και άλλα χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και εντάσσονται στην Ενότητα Γ. Δίνουν χρήσιμα στοιχεία για την τοπική ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού, όπως είναι η ηλικιακή κατάσταση και χώρα προέλευσης του αγοραστικού αυτού κοινού, αλλά και το μορφωτικό και εισοδηματικό τους επίπεδο και συνάδουν με τα ερευνητικά ερωτήματα.

- **Κλίμακας Likert**

Σε μία κλίμακα από το 1 (Απαραδέκτο) έως το 5 (Πολύ Καλό) παρακαλώ απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις:

Πως θα χαρακτηρίζατε:	1	2	3	4	5
Το επίπεδο προσβασιμότητας των εξωτερικών χώρων του καταλύματος που διαμένετε;					

<p>Το επίπεδο προσβασιμότητας των εσωτερικών κοινόχρηστων χώρων του καταλύματος;</p>					
<p>Τη διαρρύθμιση του χώρου και της τουαλέτας του δωματίου που μένετε;</p>					
<p>Το επίπεδο ανταπόκρισης των υποσχόμενων προσβάσιμων υποδομών του ξενοδοχείου σε σχέση με τις πραγματικές προσπελάσιμες υποδομές;</p>					
<p>Το επίπεδο εξυπηρέτησης σας από την πλευρά των εργαζομένων στο κατάλυμα που διαμένετε;</p>					
<p>Το συνολικό επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στο κατάλυμα που διαμένετε;</p>					
<p>Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στα μέσα</p>					

<i>μεταφοράς;</i>					
<i>Το επίπεδο εξυπηρέτησης σας από την πλευρά των εργαζομένων στα μέσα μεταφοράς;</i>					
<i>Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στο οδικό δίκτυο στην περιοχή που διαμένετε;</i>					
<i>Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στους πολιτιστικούς χώρους (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κλπ.), που επισκεφτήκατε;</i>					
<i>Το επίπεδο φιλικότητας/προσβασιμότητας της Κρήτης, ως τουριστικό προορισμό για ΑμεΑ;</i>					

Η χρήση κλίμακας (1=Απαραδέκτο έως 5=Πολύ Καλό) στις ερωτήσεις του συγκεκριμένου πεδίου της Ενότητας Β λειτουργεί ως τρόπος εξοικονόμησης χρόνου για τους ερωτώμενους και αφορά την αξιολόγηση των τουριστών-ΑμεΑ αναφορικά με τις υποδομές προσβασιμότητας στα βασικότερα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Αναλυτικότερα, ζητείται η γνώμη των ερωτώμενων για το επίπεδο προσβασιμότητας στους βασικούς χώρους του καταλύματος που διαμένουν και την ποιότητα εξυπηρέτησής τους. Τα στοιχεία αυτά αφορούν στη ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού

και θα συγκριθούν με τις αντίστοιχες απαντήσεις των ξενοδόχων/διευθυντών ξενοδοχείων που αφορούν την προσφορά προσβάσιμου τουρισμού. Ζητείται ακόμα η σχετική αξιολόγηση των μέσων μεταφοράς, των πολιτιστικών χώρων αλλά και της γενικής καταλληλότητας της Κρήτης σαν τουριστικός προορισμός για άτομα με αναπηρίες.

Σε μία κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) ποιος είναι ο βαθμός συμφωνίας σας με τα παρακάτω;

	1	2	3	4	5
<i>Πόσο θα βελτίωνε την ταξιδιωτική σας εμπειρία ένα καλύτερο επίπεδο προσβασιμότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και υποδομές;</i>					
<i>Πόσο πιθανό είναι να συστήσετε σε φίλους ή συγγενείς σας τον συγκεκριμένο προορισμό;</i>					

Η συγκεκριμένη ερώτηση, επίσης πενταβάθμιας κλίμακας Likert (1=Καθόλου έως 5=Πάρα πολύ), ανήκει ομοίως στην Ενότητα Β όπου αξιολογούνται οι υποδομές προσβασιμότητας. Συγκεκριμένα, ζητείται η άποψη του ερωτώμενου αναφορικά με τη σπουδαιότητα της καταλληλότητας των υποδομών προσβασιμότητας στη βελτίωση της συνολικής ταξιδιωτικής του εμπειρίας, και, στη συνέχεια εξετάζεται η πιθανότητα να συστήσουν τον συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό (Κρήτη) στον κύκλο επιρροής τους. Τα στοιχεία αυτά θα συγκριθούν με τα αντίστοιχα διεθνών ερευνών που αποδεικνύουν ότι, η ομάδα των τουριστών με αναπηρία έχει ηχηρή παρουσία σε διαδικτυακές ομάδες συζητήσεων (φόρουμ, κ.τ.λ) και συνηθίζει να συστήνει ή να αποτρέπει άλλους ταξιδιώτες να επισκεφτούν έναν ταξιδιωτικό προορισμό.

• **Ερωτήσεις Κατάταξης/Βαθμονόμησης**

Κατά την οργάνωση του ταξιδιού σας, με ποια σειρά προτεραιότητας αναζητήσατε πληροφορίες προσβασιμότητας στις παρακάτω υποδομές (1= Χαμηλότερη προτεραιότητα, 5= Ύψιστη προτεραιότητα):

- Προσπελάσιμοι αρχαιολογικοί και άλλοι χώροι*
- Προσβάσιμα μέσα μεταφοράς*
- Διαμορφωμένα δωμάτια και τουαλέτες στα καταλύματα*
- Προσβάσιμοι κοινόχρηστοι χώροι στο κατάλυμα*
- Προσπελάσιμη εξωτερική διαρρύθμιση του καταλύματος (πάρκινγκ, ράμπες, κτλ.)*
- Άλλο. Προσδιορίστε.....*

Σε αυτήν την ερώτηση κατάταξης, που εντάσσεται στην Ενότητα Α ζητείται από τον ερωτώμενο να αξιολογήσει το βαθμό προτεραιότητας (1= Χαμηλότερη προτεραιότητα, 5= Ύψιστη προτεραιότητα) σύμφωνα με τον οποίο αναζήτησε πληροφορίες για τις δεδομένες προσβάσιμες υποδομές (π.χ. Διαμορφωμένα δωμάτια και τουαλέτες στα καταλύματα, Προσπελάσιμη εξωτερική διαρρύθμιση του καταλύματος, κ.ο.κ) κατά την κράτηση του ταξιδιού του. Οι συγκεκριμένες εν δυνάμει απαντήσεις επιλέχθηκαν γιατί, αφενός, αφορούν τις βασικές προδιαγραφές καθολικού σχεδιασμού και προσβάσιμου τουρισμού και, αφετέρου, διότι πρόκειται να διασαφηνίσουν τις προτιμήσεις των τουριστών-χρηστών αμαξιδίων στο θέμα της αναγκαιότητας χωροταξικής διαρρύθμισης στους επιλεγμένους τομείς (π.χ. Προσπελάσιμοι αρχαιολογικοί και άλλοι χώροι, Προσβάσιμα μέσα μεταφοράς, κ.τ.λ.). Η ερώτηση στοχεύει στην κάλυψη των ερευνητικών ερωτημάτων σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος του προσβάσιμου ταξιδιού.

➤ **Ερωτήσεις ανοιχτού τύπου:**

Πόσα χρήματα (σε ευρώ) θεωρείτε ότι θα ξοδέψετε συνολικά για το συγκεκριμένο ταξίδι σας?

Η ερώτηση ανήκει στην Ενότητα Α και αφορά τον εκτιμώμενο ταξιδιωτικό προϋπολογισμό των ερωτώμενων τουριστών με αναπηρία, ο οποίος σύμφωνα με τους διεθνείς μελετητές, αποδεικνύεται μεγαλύτερος σε σχέση με τις χρηματικές

δαπάνες των υπολοίπων τουριστών και αποτελεί ένα στοιχείο της ζήτησης του προσβάσιμου τουρισμού στην Κρήτη.

Τι θεωρείτε ότι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή να υλοποιηθεί ώστε η Κρήτη να καταστεί ένας περισσότερος φιλικός προορισμός για τουρισμό ατόμων με αναπηρία;

Η συγκεκριμένη ανοιχτή ερώτηση της Ενότητας Β επιτρέπει στον ερωτώμενο την ειλικρινή έκφραση των απόψεών του περί του τοπικού επιπέδου προσβασιμότητας και των πιθανών προτάσεών του για τη βελτίωση της καταλληλότητας της Κρήτης στον τομέα του προσβάσιμου τουρισμού. Παρατίθεται παράλληλα στο ερωτηματολόγιο που αφορά τα ξενοδοχεία με σκοπό τη διαπίστωση του βαθμού σύγκλισης των απαντήσεων σχετικά με τις ανάγκες του νησιού σε τουριστικές κ.α. υποδομές προσβασιμότητας και αποτελεί ένα μέτρο αξιολόγησης των υπάρχοντων υποδομών προσβασιμότητας.

Τα ερωτηματολόγια της έρευνας δομήθηκαν με κύριο κριτήριο την επίτευξη των ερευνητικών στόχων της εργασίας αλλά και βάσει της βιβλιογραφικής επισκόπησης που πραγματοποιήθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια.

4.4 Διάρκεια και Μεθοδολογία της Έρευνας

Η έρευνα ξεκίνησε με τη διανομή των ερωτηματολογίων μέσω έντυπης και ηλεκτρονικής μορφής, τον Ιούνιο του 2017 και ολοκληρώθηκε 2,5 μήνες μετά, στα τέλη του μηνός Αυγούστου.

Όσον αφορά την έρευνα (τουριστική προσφορά) στα τουριστικά καταλύματα, διαμορφώθηκε το κατάλληλο ερωτηματολόγιο και εστάλλει, τον Ιούνιο, στις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των ξενοδοχείων. Έπειτα, διαπιστώθηκε πολύ χαμηλή απαντητικότητα (8%), για τους λόγους που αναφέρονται στο επόμενο υποκεφάλαιο και χρειάστηκε να προωθηθούν για δεύτερη φορά στις ίδιες διευθύνσεις, μέχρι τα μέσα Ιουλίου. Για να ξεπεραστεί το πρόβλημα αυτό, χρειάστηκε επίσης η

τηλεφωνική επικοινωνία αλλά και η προσωπική επίσκεψη της ερευνήτριας σε πολλά από τα ξενοδοχεία με έντυπα ερωτηματολόγια, ενώ για την ολοκλήρωση της συλλογής των 180 απαντημένων ερωτηματολογίων μέχρι τα τέλη Αυγούστου, χρειάστηκε και τρίτη ηλεκτρονική αποστολή.

Αναφορικά με την έρευνα στους τουρίστες ΑμεΑ (τουριστική ζήτηση), διαμορφώθηκε το ερωτηματολόγιο των τουριστών και διανεμήθηκε τον Ιούνιο σε έντυπη μορφή, σε νοσοκομεία, ιατρικά κέντρα, τοπικούς συλλόγους ΑμεΑ, νεφρολογικά κέντρα, ξενοδοχεία, κ.ά. Η επίσης χαμηλή απαντητικότητα που παρατηρήθηκε στο δείγμα αυτό (15%), είχε σαν αποτέλεσμα την προσπάθεια επαφής ερευνήτριας-ερωτώμενου μέσω προσωπικών συστάσεων από τα ξενοδοχεία, νεφρολογικά κέντρα, κτλ. αλλά και την επίσκεψη της ερευνήτριας στους χώρους υποδοχής του αεροδρομίου Ηρακλείου, με σκοπό την επίτευξη επιτόπιας έρευνας. Με τον τρόπο αυτό, συλλέχθηκαν 100 απαντημένα ερωτηματολόγια μέχρι τα τέλη Αυγούστου.

4.5 Περιορισμοί Έρευνας

Η περίοδος εκπόνησης της συγκεκριμένης έρευνας, που ήταν οι θερινοί μήνες και περίοδος αιχμής (High season) των τουριστικών επιχειρήσεων στο νησί της Κρήτης, αποτέλεσε έναν από τους μεγαλύτερους περιορισμούς καθώς η έλλειψη χρόνου από πλευράς των ιδυόντων στα ξενοδοχεία κατέστησε χαμηλό το ενδιαφέρον απόκρισής τους.

Ακόμα, το πολύ σύντομο διαθέσιμο χρονοδιάγραμμα για τη συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών και την ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης, σε συνδυασμό με την απροθυμία μέρους των ερωτώμενων και τα επικοινωνιακά εμπόδια, λόγω είτε της διαφοράς της γλώσσας ομιλίας, είτε της επιβαρυσμένης κατάστασης της υγείας τους, είτε της επιθυμίας τους να μείνουν ανενόχλητοι στις διακοπές τους, επέδρασαν επιβραδυντικά στη ροή της συλλογής πληροφοριών. Απροθυμία για συμμετοχή παρουσιάστηκε επίσης και από κάποιους εκπρόσωπους ξενοδοχείων όταν τους ζητήθηκε η διαμεσολάβηση στην επικοινωνία ερευνήτριας και ερωτώμενου.

Επιπρόσθετα, η διαδικασία συγκέντρωσης πληροφοριών και διευθύνσεων επικοινωνίας αναφορικά με το σύνολο των ξενοδοχείων ήταν απρόσμενα χρονοβόρα

λόγω ελλιπούς ενημέρωσης των κρατικών φορέων από τους οποίους επρόκειτο να αντληθεί σχετικό υλικό. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε αδυναμία αποστολής του ερωτηματολογίου σε πολλές εκ των διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των ξενοδοχείων καθώς στη συγκεντρωτική λίστα στοιχείων του αρμόδιου φορέα (ΞΕΕ) περιέχονταν είτε ανενεργά (ή αλλαγμένα) e-mails και τηλέφωνα ξενοδοχείων, είτε ονόματα (τίτλοι) ξενοδοχείων που είχαν αλλάξει, καθιστώντας έτσι επιτακτική την ανάγκη ενδελεχούς πρωτογενούς έρευνας από την πλευρά της ερευνήτριας. Ο ίδιος ερευνητικός περιορισμός εμφανίστηκε και λόγω προσαρμοσμένων ρυθμίσεων στα e-mails κάποιων ξενοδοχείων περί μη-αποδοχής εισερχόμενων ηλεκτρονικών μηνυμάτων με τέτοιου είδους υλικό.

Τέλος, ένας ακόμα περιορισμός στην έρευνα ήταν η έλλειψη βιβλιογραφίας και έγκριτων σχετικών ερευνών από πλευράς πολιτείας, ακαδημαϊκών φορέων αλλά και φορέων του τουρισμού, και επακόλουθα, το χαμηλό επίπεδο δευτερογενούς πληροφόρησης σχετικά με τα βασικά μεγέθη που αφορούν το γενικό επίπεδο προσβασιμότητας των τουριστικών καταλυμάτων και άλλων χώρων τουριστικού ενδιαφέροντος.

Παρά τις δυσκολίες της έρευνας, επιτεύχθηκε η συλλογή των αναγκαίων σε ποσότητα και ποιότητα, απαντημένων ερωτηματολογίων. Ακόμα, μια ευχάριστη διαπίστωση ήταν η θετική διάθεση και ειλικρίνεια των περισσότερων ερωτώμενων κατά τις προσωπικές συνεντεύξεις, αλλά και η σύγκλιση της άποψης αμφοτέρων πλευρών (ζήτησης και προσφοράς) ότι οι έρευνες στον τομέα και τους υποκλάδους του τουρισμού είναι δυστυχώς ελάχιστες ωστόσο είναι απαραίτητες για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού σε κάθε προορισμό και θα έπρεπε να αντιμετωπίζονται από του ιθύνοντες με μεγαλύτερο ενδιαφέρον.

4.6 Επεξεργασία και Ανάλυση Δεδομένων

Η επεξεργασία των συλλεχθέντων στοιχείων πραγματοποιήθηκε μέσω του προγράμματος SPSS 20 (Superior Performance Software System) το οποίο είναι το πιο διαδεδομένο πρόγραμμα ανάλυσης στατιστικών δεδομένων.

Η διαδικασία προετοιμασίας των δεδομένων περιλαμβάνει την κωδικοποίηση των στοιχείων όπου κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου αντιστοιχίζεται σε μία μεταβλητή, και, κάθε μία από τις δεδομένες απαντήσεις αντιστοιχίζονται σε αύξοντα

αριθμό, ξεκινώντας από το 1, ενώ σε περιπτώσεις όπου κάποια ερώτηση δεν απαντήθηκε, χρησιμοποιούμε τον αριθμό 0. Για παράδειγμα, η ερώτηση «Υπάρχουν ράμπες για κίνηση αμαξιδίων στους περιβάλλοντες χώρους του ξενοδοχείου;» αντιστοιχίζεται στη μεταβλητή «Ράμπες» και οι απαντήσεις «ΝΑΙ» / «ΟΧΙ» στις τιμές «1» και «2» αντιστοίχως. Με τον τρόπο αυτό, διαμορφώνεται ο πίνακας κωδικοποίησης των μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν τις ερωτήσεις κι απαντήσεις κάθε ερωτηματολογίου για κάθε ερωτώμενο. Τέλος, κατασκευάζουμε το συνολικό πίνακα δεδομένων ομαδοποιώντας τους πίνακες κωδικοποίησης, με τρόπο ώστε κάθε γραμμή να αντιστοιχεί σε ένα ερωτηματολόγιο και κάθε στήλη σε μία μεταβλητή, και έπειτα ξεκινά η διαδικασία εισαγωγής των δεδομένων αφού πια η καταχώρηση των στοιχείων είναι σε επεξεργάσιμη από το πρόγραμμα μορφή.

Στο παρακάτω κεφάλαιο παρουσιάζονται και αναλύονται τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας όπως αυτά εξήχθησαν μέσω της επεξεργασίας με το πρόγραμμα SPSS 20 και ομαδοποιούνται σε ξεχωριστές υποενότητες όπως ακολούθως, σε ξεχωριστές υποενότητες αναφορικά με την Τουριστική Ζήτηση και Τουριστική Προσφορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

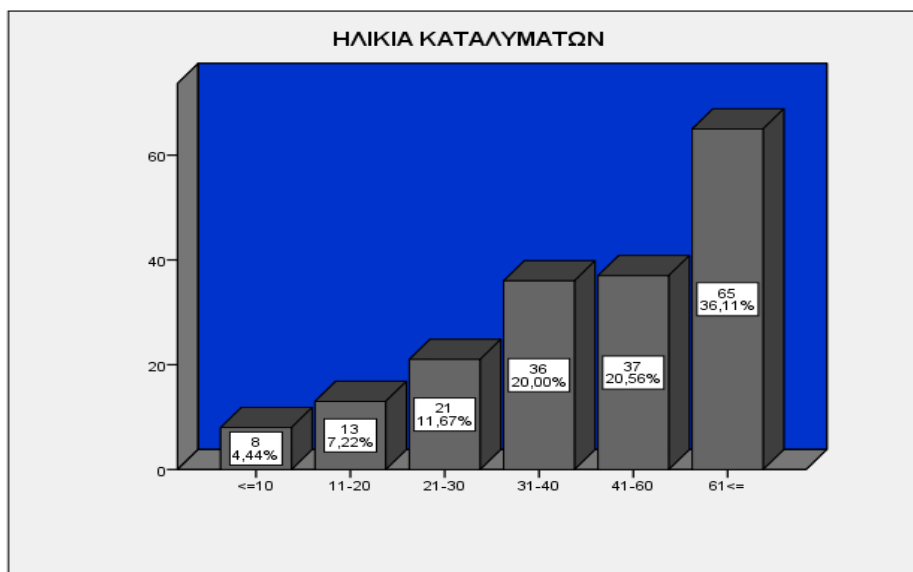
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Αποτελέσματα Έρευνας στην Τουριστική Προσφορά

Στο υποκεφάλαιο αυτό αναλύονται τα ευρήματα της έρευνας που διεξήχθη στα 337 τουριστικά καταλύματα του δείγματος με ποσοστό απαντητικότητας 53,4% (απάντησαν 180 τουριστικά καταλύματα). Τα στοιχεία παρουσιάζονται ξεκινώντας με την Ενότητα: Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείου, και ολοκληρώνονται με την Ενότητα: Προσβάσιμος Τουρισμός.

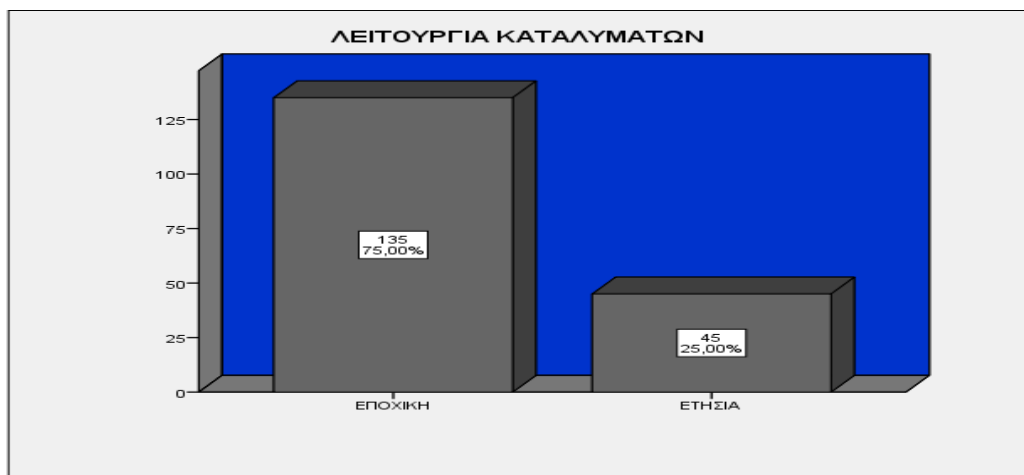
5.1.1 Χαρακτηριστικά Ερευνητικών μονάδων/Ξενοδοχείων Έρευνας

Το γράφημα παρουσιάζει την ηλικιακή κατάταξη των ξενοδοχείων που συμμετείχαν τα οποία απάντησαν πλειοψηφικά (36,11%) ότι λειτουργούν περισσότερα από 61 χρόνια, το 20,56% λειτουργεί εδώ και 41-60 χρόνια, το 20% λειτουργεί για 31-40 χρόνια και το 11,67% λειτουργεί για 21-30 χρόνια. Τέλος, υπάρχουν και πολύ καινούργια σε λειτουργία ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα, και φαίνεται ότι από τα καταλύματα που απάντησαν, 7,22% λειτουργούν την τελευταία 11ετία με 20ετία και 4,44% είναι ακόμα πιο καινούργια, καθώς λειτουργούν λιγότερα από 10 έτη.



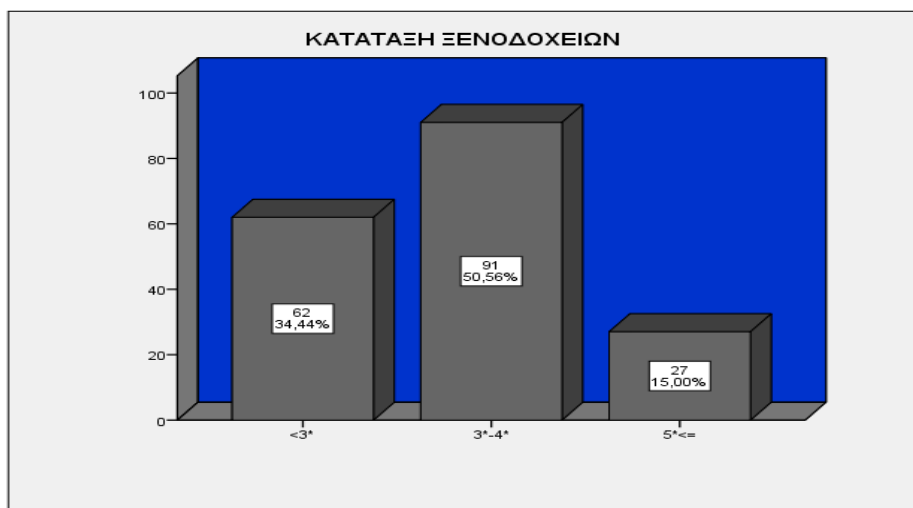
Γράφημα 5.1: Ηλικιακή κατάταξη καταλυμάτων έρευνας

Η λειτουργία των καταλυμάτων φαίνεται στο επόμενο διάγραμμα, στο οποίο το 75% των απαντήσεων των 180 ξενοδόχων που συμμετείχαν, αφορούν την εποχική λειτουργία ενώ σε ετήσια βάση λειτουργεί μόνο το 25% των καταλυμάτων.



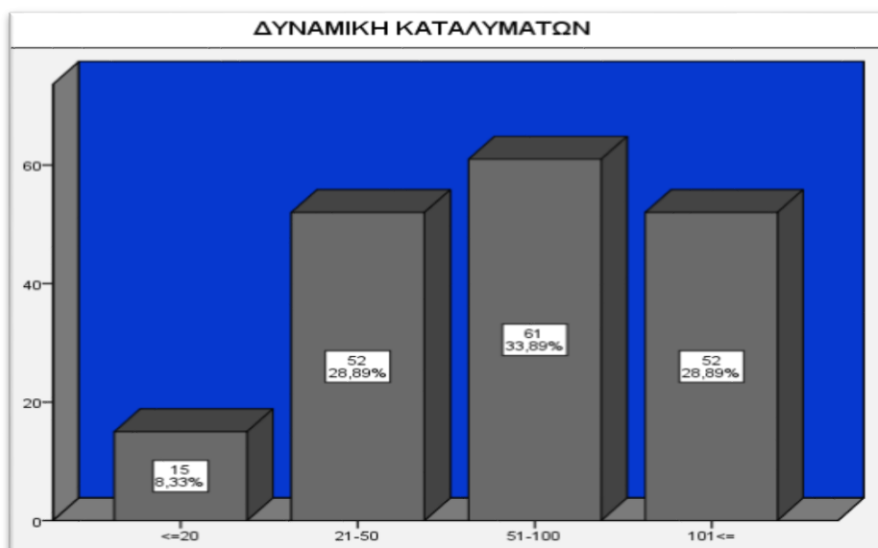
Γράφημα 5.2: Περίοδος λειτουργίας καταλυμάτων

Το **Γράφημα 5.3** αναφέρεται στην κατάταξη των καταλυμάτων που συμμετείχαν στην έρευνα και παρουσιάζει τα στοιχεία που δόθηκαν από τους εκπροσώπους των καταλυμάτων. Σύμφωνα με αυτά, το 50,56% των απαντήσεων αντιπροσωπεύουν ξενοδοχεία κατηγορίας 3-4 αστέρων, το 34,44% αφορά ξενοδοχεία με κατάταξη χαμηλότερη των 3 αστέρων ενώ το 15% αφορά τα ξενοδοχεία των 5 αστέρων.



Γράφημα 5.3: Κατάταξη καταλυμάτων

Τα στοιχεία σχετικά με τη δυναμική των καταλυμάτων αυτών δείχνουν ότι το 33,89% των απαντήσεων αφορούν ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις με 51-100 δωμάτια. Ακόμα, καταλύματα με 21 έως 50 δωμάτια συμμετείχαν στην έρευνα με ποσοστό 28,89%, ενώ το ίδιο ποσοστό (28,89%), φαίνεται να αντιπροσωπεύει και τα καταλύματα με δυναμικότητα μεγαλύτερη των 101 δωματίων. Τέλος, τα καταλύματα με λίγα δωμάτια (μέχρι 20) που συμμετείχαν στη έρευνα, αφορούσαν το μειωθητικό ποσοστό του 8,33%.



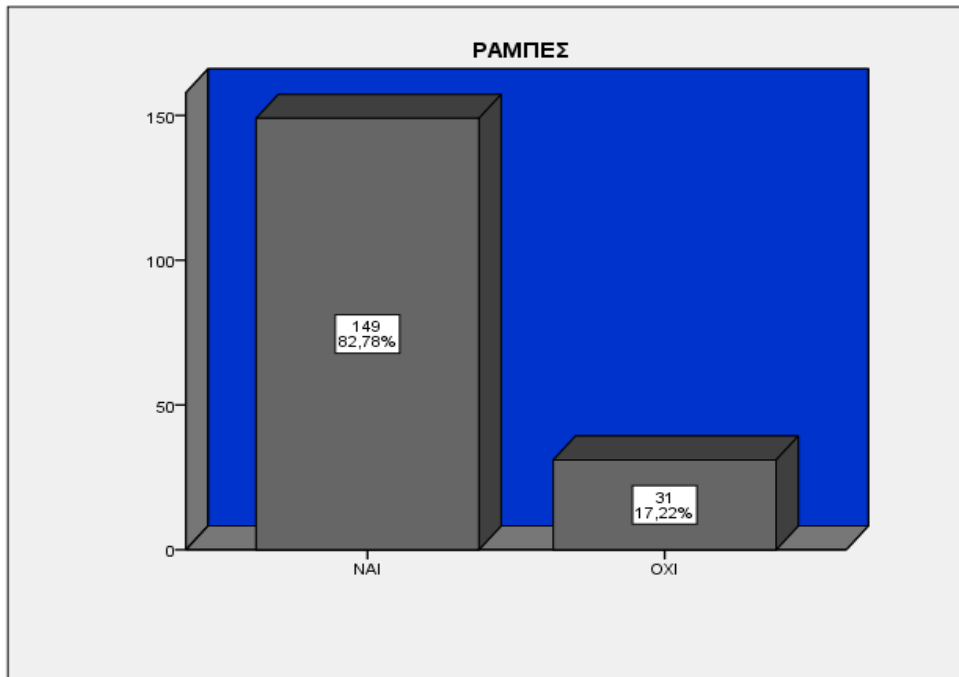
Γράφημα 5.4: Δυναμική καταλυμάτων

Παρατηρείται από τα παραπάνω ευρήματα, ότι τα υπό-μελέτη τουριστικά καταλύματα με υποδομές προσβασιμότητας, είναι σχετικά νέα σε ηλικία αφού σχεδόν το 64% εξ αυτών έχει κατασκευαστεί την τελευταία 60ετία. Ακόμα, λειτουργούν ως επί το πλείστον σε εποχική βάση, για τους μήνες δηλαδή Απρίλιο-Οκτώβριο, το πρόβλημα της εποχικότητας θα μπορούσε να αμβλύνει η εξειδίκευση και περαιτέρω ενασχόληση με τον προσβάσιμο και γενικά εναλλακτικό και ειδικών ενδιαφερόντων τουρισμό, όπως έχει αναλυθεί στο **Κεφάλαιο 3**.

Επιπρόσθετα, το 85% των καταλυμάτων συνθέτουν τα ξενοδοχεία με κατάταξη έως και 4 αστέρια, γεγονός που αποδεικνύει ότι η παροχή προσβάσιμων υποδομών και υπηρεσιών δεν είναι ευθύνη αποκλειστικά των πολυτελών ξενοδοχείων αλλά αποτελεί σχεδιαστική αναγκαιότητα και επιχειρηματική κίνηση, και για τα ξενοδοχεία χαμηλότερης κατάταξης. Τέλος, η μεγάλη δυναμικότητα των 51 και άνω δωματίων που παρατηρήθηκε στο 63% περίπου των ξενοδοχείων, αποτελεί πλεονέκτημα για τα ξενοδοχεία αυτά καθώς έχουν τη δυνατότητα να εντάξουν τα σχεδιαστικά πρότυπα της προσβασιμότητας σε περισσότερα δωμάτια, αυξάνοντας έτσι την προσφορά τους και διεκδικώντας μεγαλύτερα μερίδια στον τουρισμό ΑμεΑ της περιφέρειας της Κρήτης.

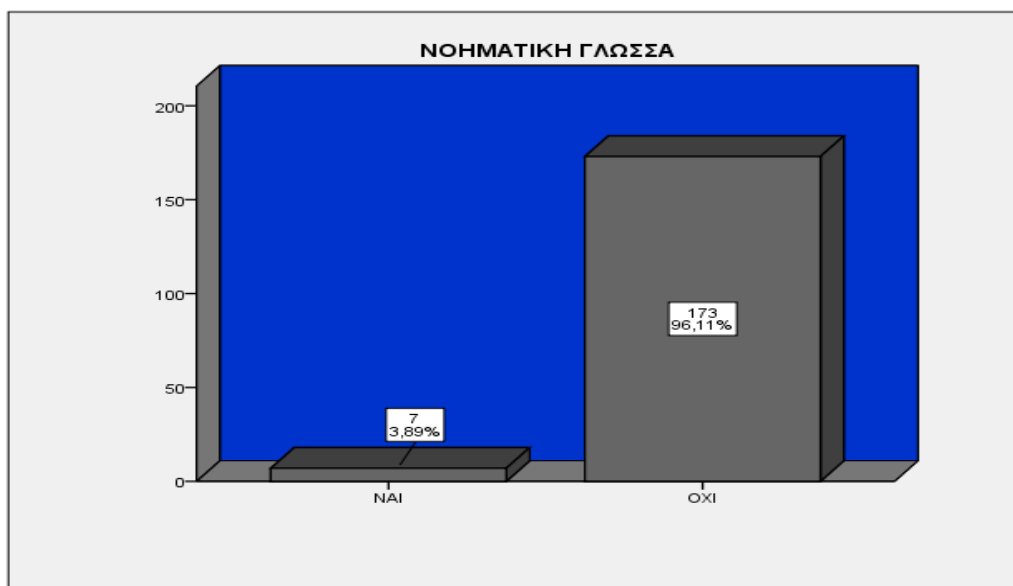
5.1.2 Προσβάσιμος Τουρισμός: Χαρακτηριστικά και Προοπτικές

Η διερεύνηση σχετικά με την ύπαρξη προσβάσιμων υποδομών στα τουριστικά καταλύματα, και συγκεκριμένα, με την ύπαρξη κεκλιμένων επιπέδων (ράμπες) στους χώρους υποδοχής και περιβάλλοντες χώρους των καταλυμάτων, έδειξε όπως φαίνεται και παρακάτω, στο Γράφημα 5.5, ότι κατά 82,78% υπάρχουν οι απαραίτητες υποδομές ενώ το ποσοστό του δείγματος που απάντησε ότι δεν υπάρχουν περιορίζεται στο 17,22%.



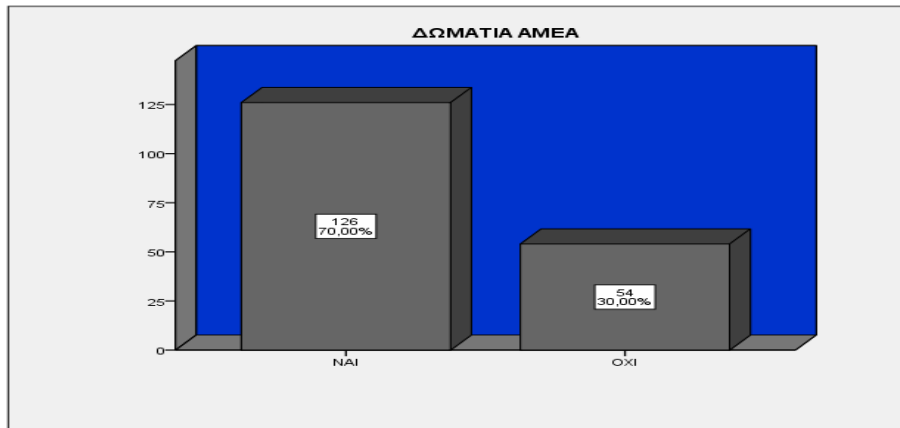
Γράφημα 5.5: Ράμπες

Η επικοινωνιακή κατάρτιση των εργαζομένων σχετικά με τη νοηματική γλώσσα υπάρχει στο μειωψηφικό ποσοστό του 3,89% ενώ στις 96,11% των περιπτώσεων των 180 ξενοδοχείων που απάντησαν, οι εργαζόμενοι δε γνωρίζουν τη νοηματική γλώσσα.



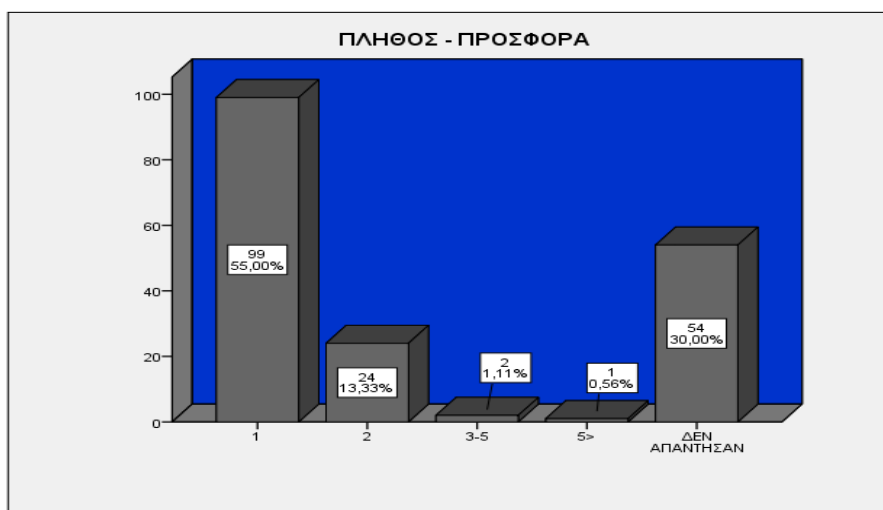
Γράφημα 5.6: Νοηματική Γλώσσα

Η διερεύνηση σχετικά με την ύπαρξη διαμορφωμένων δωματίων για τουρίστες με αναπηρία έδειξε ότι σε ποσοστό 70% επί των καταλυμάτων, υπάρχει η σχετική διαθεσιμότητα, ενώ τα 54 από τα 180 ξενοδοχεία, φαίνεται ότι δεν διαθέτουν ανάλογες υποδομές, δημιουργώντας έτσι το ποσοστό του 30%.



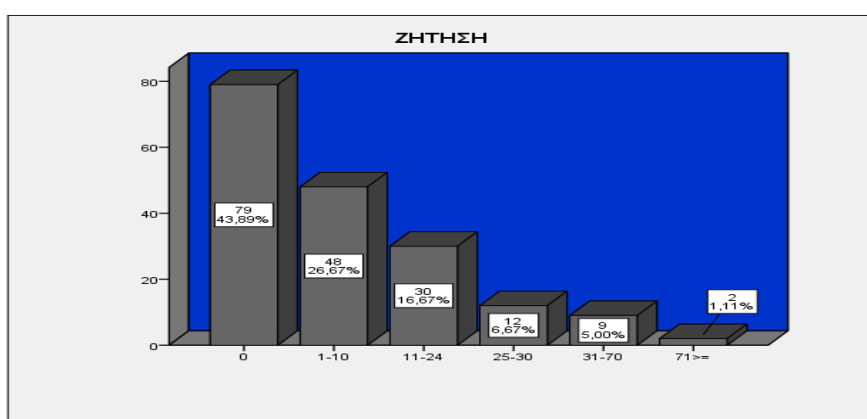
Γράφημα 5.7: Δωμάτια ΑμεΑ

Η τέταρτη ερώτηση αποσκοπεί στη διερεύνηση του μεγέθους της προσφοράς προσβάσιμων δωματίων στα τουριστικά καταλύματα της Κρήτης. Τα στοιχεία δείχνουν ότι η πλειοψηφία (55%) των υπό εξέταση ξενοδοχείων διαθέτει μόνο 1 ειδικά διαμορφωμένο δωμάτιο ΑμεΑ, ενώ 2 τέτοια δωμάτια προσφέρονται από το 13,33% των ξενοδοχείων. Ακόμα, 3 έως 5 δωμάτια ΑμεΑ διαθέτει το 1,11% των καταλυμάτων και περισσότερα από 5 δωμάτια προσφέρονται στο 0,55% των ξενοδοχείων. Το ποσοστό του δείγματος που απάντησε στη προηγούμενη ερώτηση ότι δε διαθέτει κανένα δωμάτιο ΑμεΑ (30%), δε συμμετείχε στην ερώτηση αυτή.



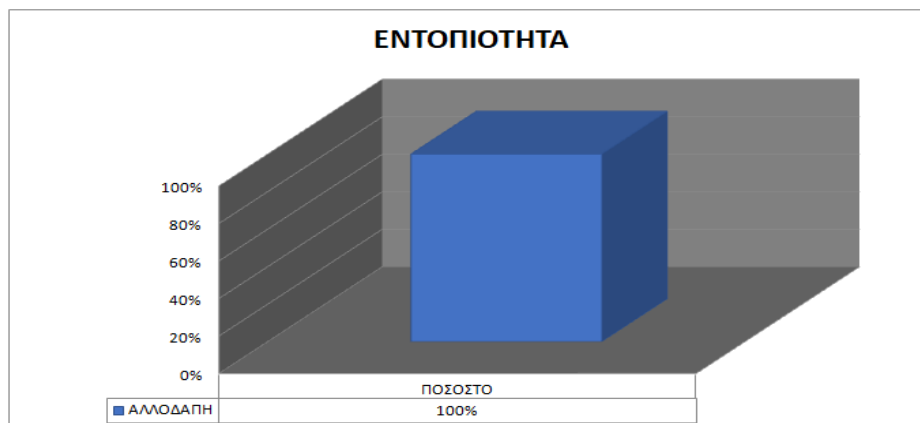
Γράφημα 5.8: Προσφορά δωματίων ΑμεΑ ανά κατάλυμα

Το **Γράφημα 5.9** αφορά τη διερεύνηση του μεγέθους της ζήτησης δωματίων για ΑμεΑ και τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι η πλειοψηφία των καταλυμάτων (43,89%) δε φιλοξενεί τουρίστες με αναπηρία σε ετήσια βάση, ενώ μέχρι 10 τουρίστες με αναπηρία φιλοξενούνται στο 26,67% των καταλυμάτων. Ακόμα, τα ξενοδοχεία που έχουν ετησίως, 11-24 πελάτες με αναπηρία δε ξεπερνούν το 16,67% του δείγματος, αυτά που φιλοξενούν 25-30 πελάτες με αναπηρία αντιπροσωπεύουν το 6,67% των καταλυμάτων, το 5% του δείγματος φιλοξενεί έως και 70 ΑμεΑ ετησίως, ενώ περισσότερους από 70 τουρίστες με αναπηρία συναντάμε μόνο στο 1,11% των περιπτώσεων των καταλυμάτων.



Γράφημα 5.9: Ζήτηση ανά κατάλυμα

Σχετικά με την εντοπιότητα των πελατών με αναπηρία, οι εκπρόσωποι των 180 ξενοδοχείων απάντησαν ομόφωνα (100%) ότι η κυρίαρχη ζήτησή τους είναι ξένης προέλευσης, άρα μέσα στο δείγμα των απαντημένων ερωτηματολογίων δεν υπάρχουν καταλύματα με κυρίαρχο τουρισμό με αναπηρία από την Ελλάδα.



Γράφημα 5.10: Κύρια εντοπιότητα τουριστών

Στη συνέχεια, παρουσιάζεται ο μέσος όρος της κατανομής (mean) των τιμών των Ερωτήσεων 7-15 του ερωτηματολογίου (Ξενοδοχείων), ο οποίος υποδεικνύει τη γενική τάση κατάταξης των απαντήσεων των ξενοδόχων, σύμφωνα με τα δεδομένα πλαίσια απαντήσεων των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου (1=Καθόλου, 5= Πάρα πολύ).

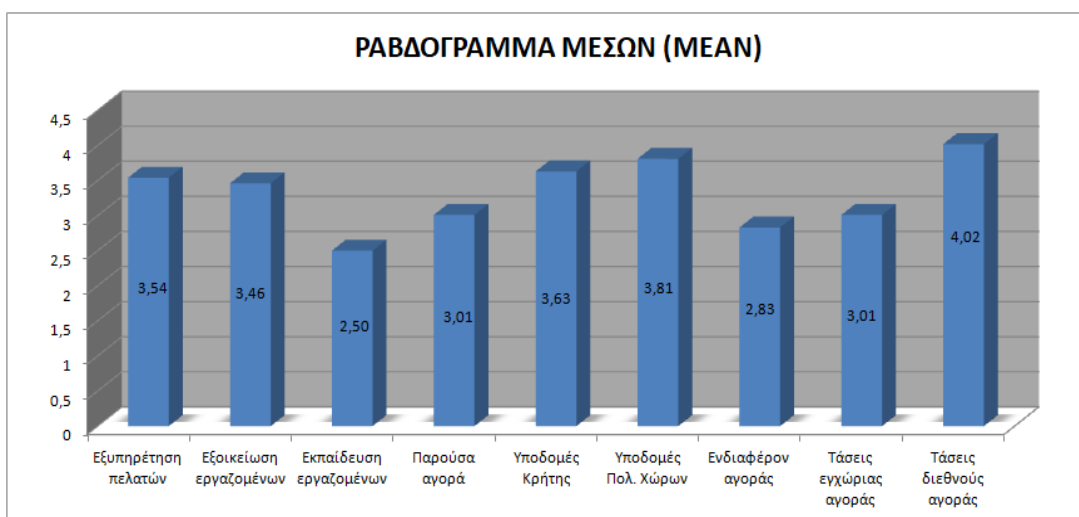
Παρατηρείται ότι οι περισσότεροι οι mean, και συγκεκριμένα, αυτοί που αφορούν στις ερωτήσεις διερεύνησης του επιπέδου (α) της εξυπηρέτησης των πελατών, (β) της εξοικείωσης των εργαζομένων, (γ) της σημαντικότητας του τουρισμού ΑμεΑ σαν αγορά, (δ) των υποδομών προσβασιμότητας της Κρήτης, (ε) των πολιτικών κ.ά επισκέψιμων χώρων της Κρήτης αλλά, και, (στ) της εγχώριας ανάπτυξης της αγοράς αυτής, κυμαίνονται γύρω από την τιμή 3 (3,01 έως 3,81). Η τιμή αυτή αντιπροσωπεύει (στο πλαίσιο απαντήσεων του ερωτηματολογίου) την απάντηση «Μέτρια» και, συνεπώς, διαφαίνεται ότι, σύμφωνα με τις περισσότερες απαντήσεις, το επίπεδο στις εν λόγω υποδομές χαρακτηρίζεται από τους εκπροσώπους των ξενοδοχείων ως μέτριο.

Επιπρόσθετα, η εκπαίδευση των εργαζομένων των ξενοδοχείων (στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ), καθώς επίσης και, το ενδιαφέρον (των ξενοδόχων) για μελλοντική εξειδίκευση στην αγορά αυτή, παίρνουν τις χαμηλότερες τιμές μέσων (2,50 και 2,83 αντίστοιχα), το οποίο ερμηνεύεται ως (Απάντηση 2=«Λίγο») χαμηλό επίπεδο και χαμηλό ενδιαφέρον αναφορικά με την κατάρτιση των εργαζομένων και την πιθανότητα να εξειδικευτούν τα ξενοδοχεία αυτά στον τουρισμό ΑμεΑ. Τέλος, την υψηλότερη βαθμολογία απαντήσεων και συνεπώς την υψηλότερη τιμή mean (4,02), συγκέντρωσε η ερώτηση σχετικά με τις διεθνείς τάσεις ανάπτυξης του προσβάσιμου τουρισμού, σύμφωνα με οποίες οι επρόσωποι των ξενοδοχείων φαίνεται να εκτιμούν και να αναγνωρίζουν τη δυναμική της αγοράς αυτής σε διεθνές επίπεδο.

Μετά την παρουσίαση του πίνακα και ραβδογράμματος των μέσων, ακολουθεί αναλυτική παρουσίαση των επιμέρους αποτελεσμάτων των ερωτήσεων που συμπεριλήφθηκαν στη παρούσα ομαδοποίηση (Ερωτήσεις 7-15).

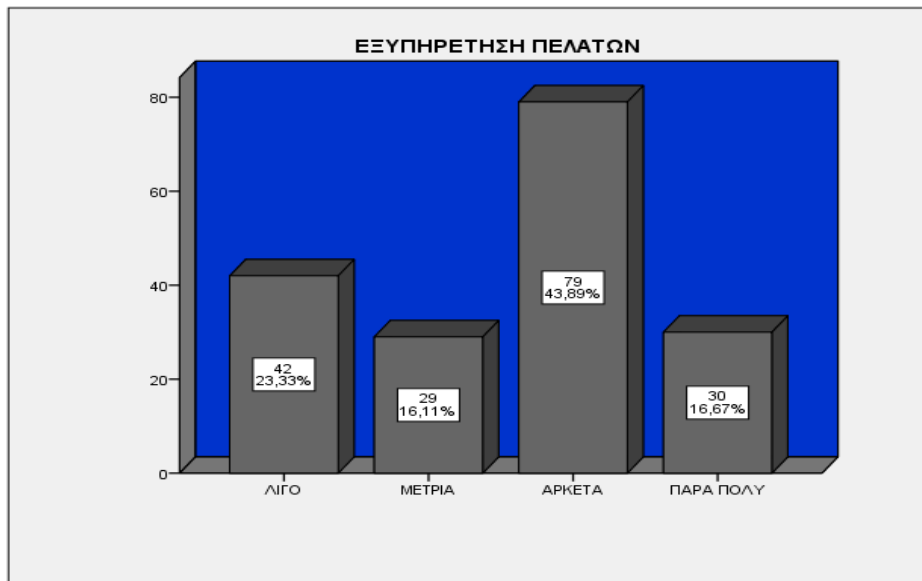
Πίνακας 5.1: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου ξενοδοχείων

Statistics									
	ΕΞΥΠ_Π ΕΛΑΤΩ N	ΕΞΟΙΚ_ ΕΡΓΑΖ	ΕΚΠΑΙΔ _ΕΡΓΑΖ	ΠΑΡΟΥΣ Α_ΑΓΟΡ Α	ΥΠΟΔ_Κ ΡΗΤΗΣ	ΥΠΟΔ_Π ΟΛΙΤ_Χ ΩΡΩΝ	ΕΝΔΙΑΦ _ΑΓΟΡΑ Σ	ΤΑΣΕΙΣ_ ΕΓΧΩΡ_ ΑΓΟΡ	ΤΑΣΕΙΣ_ ΔΙΕΘΝ_ ΑΓΟΡ
Valid	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Missi ng	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mea n	3,54	3,46	2,50	3,01	3,63	3,81	2,83	3,01	4,02



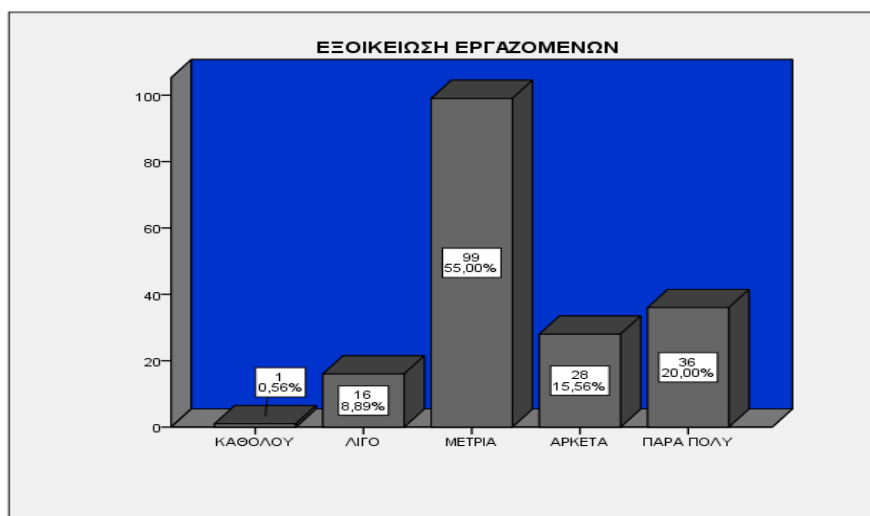
Γράφημα 5.11: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου ξενοδοχείων

Η επόμενη ερώτηση εξετάζει την άποψη των εκπροσώπων των καταλυμάτων σχετικά με την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών με αναπηρία, από ένα καταλύμα. Υποστηρίζουν σε ποσοστό 43,89% ότι οι πελάτες τους εξυπηρετούνται αρκετά καλά από την επιχείρηση, σε ποσοστό 16,67% ότι εξυπηρετούνται πάρα πολύ καλά, ενώ λίγη και μέτρια ποιότητα εξυπηρέτησης θεωρούν πως υπάρχει στο 23,33% και 16,11% των ξενοδοχείων.



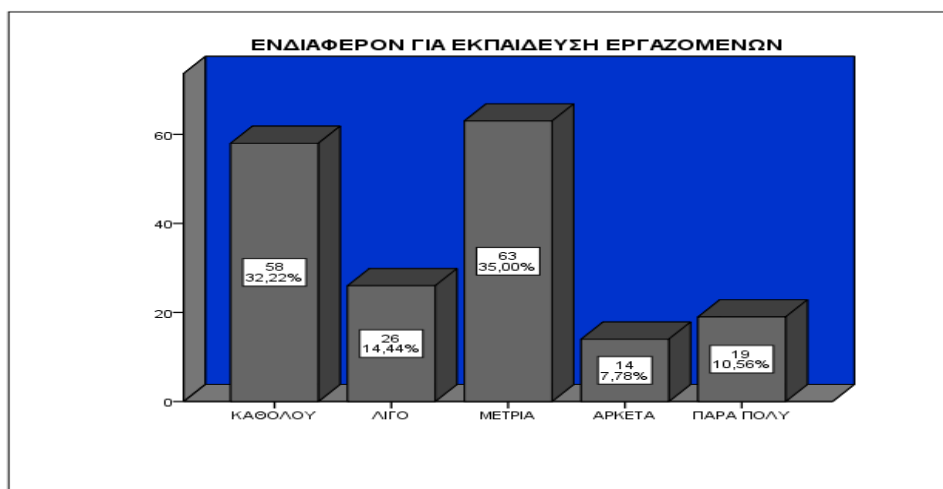
Γράφημα 5.12: Εξυπηρέτηση πελατών από τους ξενοδοχειακούς υπαλλήλους

Η εξοικείωση των εργαζομένων σχετικά με την εξυπηρέτηση των τουριστών με αναπηρία χαρακτηρίζεται ως «Μέτρια» από το 55% των ερωτώμενων. Πάρα πολύ εξοικειωμένοι φαίνεται να είναι οι εργαζόμενοι στο 20% των ξενοδοχείων, αρκετά εξοικειωμένοι, στο 15,56% εξ αυτών ενώ σαν «Λίγο» εξοικειωμένοι χαρακτηρίζονται οι εργαζόμενοι στο 8,89% των περιπτώσεων. Το ποσοστό του δείγματος που απάντησε ότι η εξοικείωση των εργαζομένων στο ξενοδοχείο είναι πολύ χαμηλή, είναι το 0,56% και με βάση τα προηγούμενα ποσοστά, φαίνεται ότι οι εκπρόσωποι των ξενοδοχείων έχουν αντιληφθεί ότι υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης της εξυπηρέτησης των πελατών τους μέσω της σωστής εκπαίδευσης αυτών.



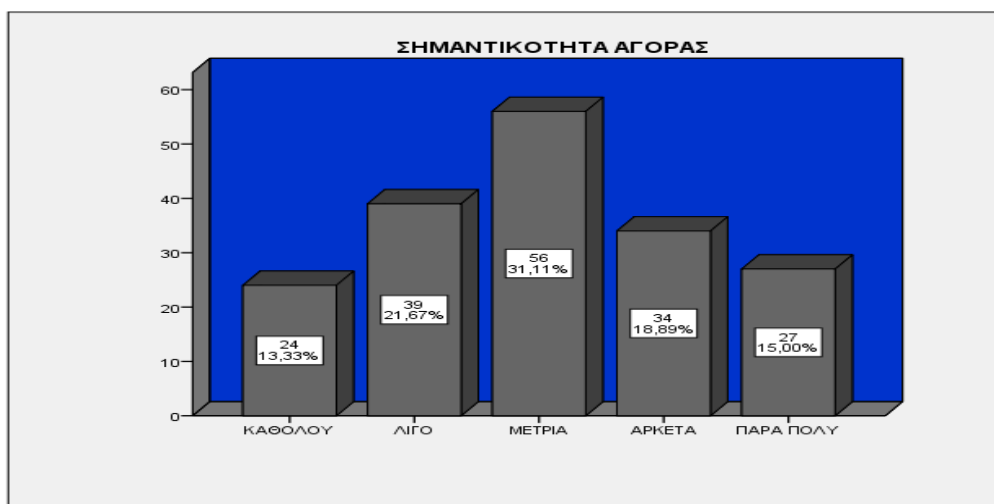
Γράφημα 5.13: Επίπεδο εξοικείωσης εργαζομένων στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ

Ωστόσο, η παροχή ειδικής εκπαίδευσης για εξυπηρέτηση ΑμεΑ κρίθηκε, όπως παρουσιάζει το **Γράφημα 5.14**, ως μέτρια σε χρησιμότητα από το 35% των ερωτώμενων, καθόλου χρήσιμη από το 32,22% του δείγματος, λίγο χρήσιμη από το 14,44%, πάρα πολύ χρήσιμη από το 10,56% των ερωτώμενων και αρκετά χρήσιμη από το 7,78% των εκπροσώπων. Φαίνεται ότι οι περισσότεροι από τους ερωτώμενους δεν θεωρούν άμεση την ανάγκη για ειδική εκπαίδευση του προσωπικού τους, παρόλο που αντιλαμβάνονται ότι η ποιότητα εξυπηρέτησης και η ικανοποίηση των πελατών είναι άρρηκτα συνεδεμένες. Ακόμα και, οι ξενοδόχοι που απάντησαν θετικά στην ερώτηση (αρκετά, πάρα πολύ) δήλωσαν προβληματισμένοι σχετικά με τις δαπάνες κάλυψης αυτής της εκπαίδευσης.



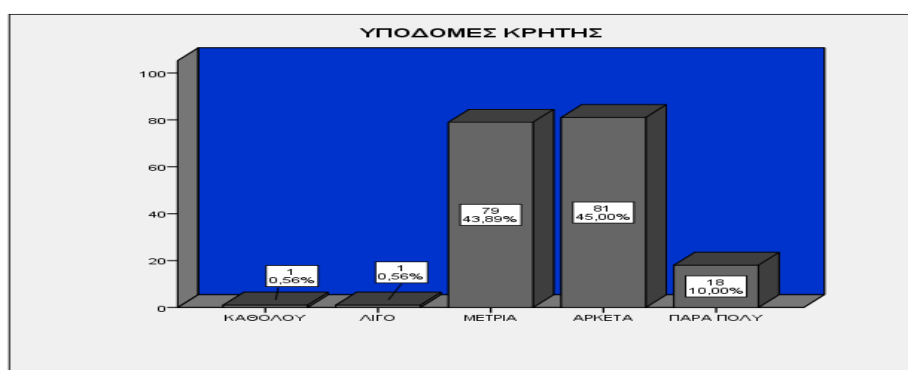
Γράφημα 5.14: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για προσφορά κατάρτισης στους εργαζομένους

Στο διάγραμμα αυτό παρουσιάζεται η άποψη των εκπροσώπων των υπό-μελέτη ξενοδοχείων για τη σπουδαιότητα του τουρισμού αναπήρων ως τουριστική αγορά. Η πλειοψηφία απάντησε ότι, στη παρούσα φάση, η αγορά αυτή είναι μέτριας σημασίας για τα ξενοδοχεία (31,11%), ενώ σε ποσοστό 21,67% απάντησαν ότι είναι λίγο σημαντική σαν αγορά. Το 18,89% του δείγματος θεωρεί την αγορά προσβάσιμου τουρισμού αρκετά σημαντική, το 15% πάρα πολύ σημαντική, ενώ για τη μειοψηφική ομάδα του 13,33% των ξενοδοχείων, η αγορά προσβάσιμου τουρισμού δεν έχει ακόμα κάποια σπουδαιότητα.



Γράφημα 5.15: Παρούσα σημαντικότητα αγοράς προσβάσιμου τουρισμού

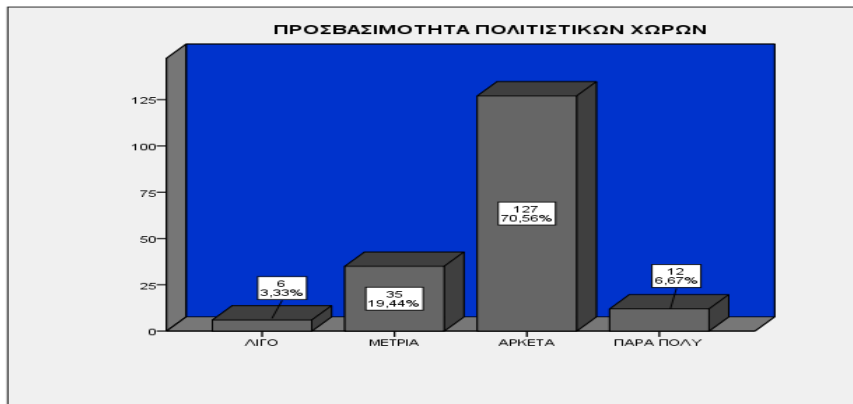
Η καταλληλότητα των υποδομών και υπηρεσιών της Κρήτης αναφορικά με την εξυπηρέτηση του τουρισμού αναπήρων, χαρακτηρίζεται από τη πλειοψηφία των ερωτώμενων ως αρκετά καλή (45%) και μέτρια (43,89%), ενώ ως πάρα πολύ κατάλληλες χαρακτηρίζουν τις εν λόγω υποδομές οι 10% από τους ερωτώμενους. Τέλος, ως λίγο και καθόλου κατάλληλες κρίνονται οι υποδομές αυτές από το 0,56% των εκπροσώπων. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι υποδομές προσβασιμότητας και η γενική μέριμνα που έχει ληφθεί στην Κρήτη, βρίσκονται σε καλά επίπεδα, έχουν όμως ακόμα, πολλά περιθώρια βελτίωσης.



Γράφημα 5.16: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης

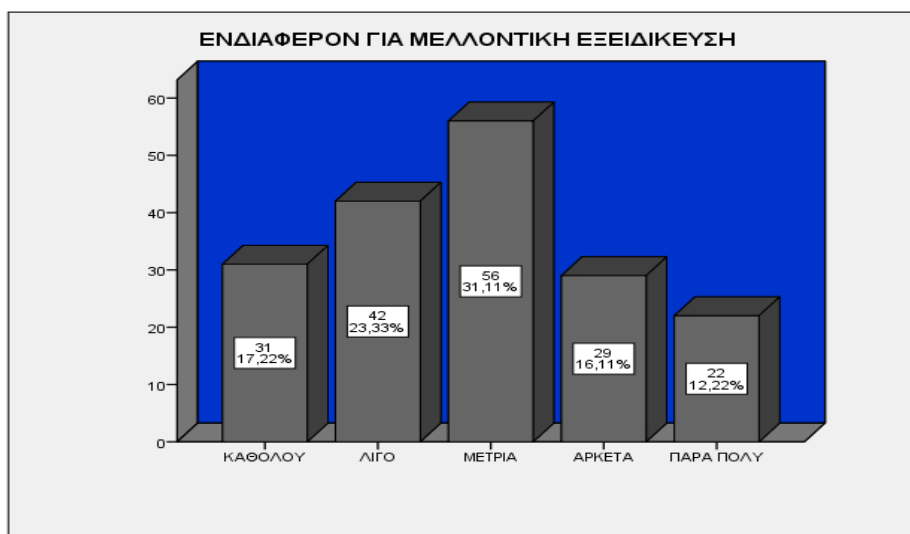
Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει την εικόνα των εκπροσώπων των ξενοδοχείων σχετικά με το επίπεδο των τουριστικών εγκαταστάσεων των πολιτιστικών κα χώρων στα πλαίσια της εξυπηρέτησης αναπηρικού τουρισμού.

Διαφαίνεται ότι η πλειοψηφία του δείγματος βρίσκει αρκετή (70,56%) τη μέριμνα που έχει ληφθεί στους χώρους αυτούς για τους τουρίστες με αναπηρία, ενώ το 19,44% τη χαρακτηρίζει μέτρια, το 6,67% πάρα πολύ καλή, και το 3,33% πολύ χαμηλή.



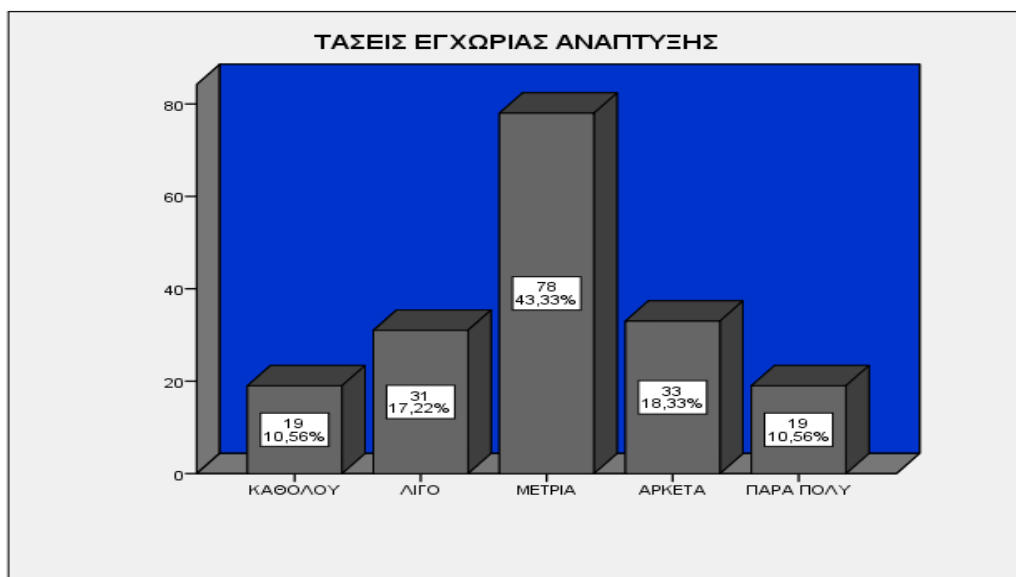
Γράφημα 5.17: Αξιολόγηση προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων

Στην ερώτηση σχετικά με το ενδιαφέρον των ξενοδόχων για μελλοντική εξειδίκευση στον τουρισμό για ΑμεΑ, το 31,11% απάντησαν ότι ενδιαφέρονται μέτρια, το 23,33% ενδιαφέρονται λίγο, το 17,22% καθόλου, και το 16,11% αρκετά. Το ποσοστό των εκπροσώπων που ενδιαφέρονται πάρα πολύ για μελλοντική εξειδίκευση των προσβάσιμο τουρισμό δεν ξεπερνάει το 12,22% και αποτελεί τη μειοψηφία των απαντήσεων. Φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ξενοδοχείων είναι εστιασμένη στο μαζικό τουρισμό και παρότι υπάρχει κάποιο ενδιαφέρον από πλευράς ξενοδόχων, τα οφέλη του προσβάσιμου τουρισμού δεν έχουν καταφέρει ακόμα να παγιωθούν και να αλλάξουν την αντίληψη των επιχειρηματιών του τουρισμού.



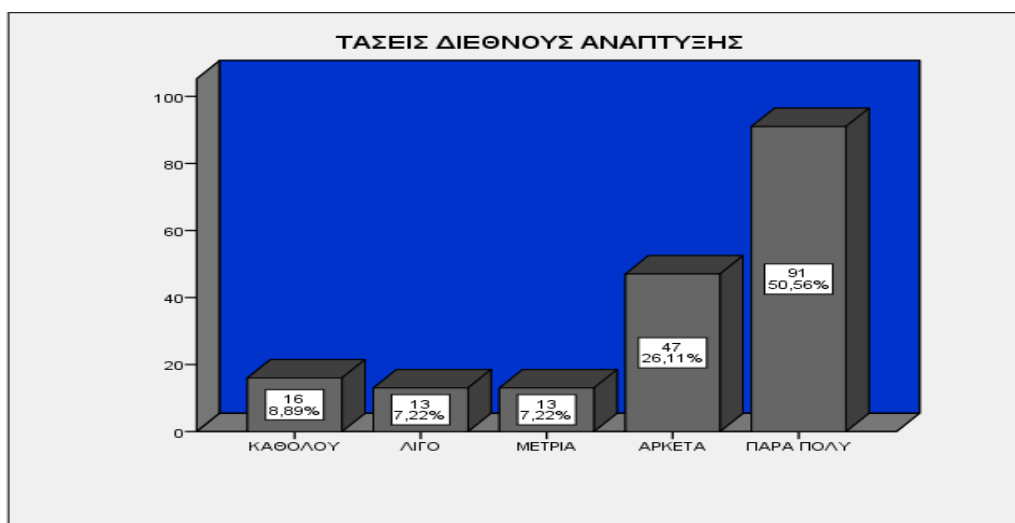
Γράφημα 5.18: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για ενασχόληση με τουρισμό αναπήρων

Το **Γράφημα 5.19** αναφέρεται στις απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με τις τάσεις ανάπτυξης του προσβάσιμου τουρισμού σε επίπεδο χώρας. Στο 43,33% των ερωτώμενων χαρακτηρίζουν ως μέτριες τις τάσεις ανάπτυξης του τουρισμού ΑμεΑ στην Ελλάδα, ενώ οι υπόλοιπες εκτιμήσεις χαρακτηρίζονται από μεγάλη διασπορά. Ειδικότερα, θεωρείται σε ποσοστό 18,33% ότι ο προσβάσιμος τουρισμός αναπτύσσεται αρκετά στην Ελλάδα και σε ποσοστό 17,22% ότι αναπτύσσεται λίγο. Το 10,56% απάντησε ότι θεωρεί τις τάσεις ανάπτυξης πάρα πολύ μεγάλες στην Ελλάδα, ενώ το ίδιο ποσοστό ανέφερε ότι δε θεωρεί ότι υπάρχει καθόλου (10,56%) ανάπτυξη του προσβάσιμου τουρισμού στη χώρα.



Γράφημα 5.19: Αξιολόγηση της εγχώριας ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού

Οι απόψεις για τις τάσεις ανάπτυξης που διερευνήθηκαν στο ερωτηματολόγιο, φαίνεται να είναι πιο αισιόδοξες όσον αφορά στη διεθνή αγορά. Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν σχετικά δείχνουν ότι οι εκπρόσωποι αναγνωρίζουν ότι ο προσβάσιμος τουρισμός αναπτύσσεται σε διεθνές επίπεδο πάρα πολύ κατά 50,56%, αρκετά κατά 26,11%, καθόλου κατά 8,89% και, μέτρια και λίγο σύμφωνα με τις ισόποσες απαντήσεις του 7,22% των ξενοδόχων.



Γράφημα 5.20: Αξιολόγηση της διεθνούς ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού

Οι προτάσεις βελτίωσης που εξέφρασαν οι ερωτώμενοι κατηγοριοποιούνται σε πέντε ομάδες απαντήσεων οι οποίες αφορούν κατά 100% το οδικό δίκτυο, κατά 79,4% την ενίσχυση των ξενοδόχων μέσω κρατικών κονδυλίων για την εφαρμογή των απαραίτητων προσαρμογών για ΑμεΑ, κατά 75% την παιδεία και αντίληψη σχετικά με την αναπηρία, κατά 51,1% την εφαρμογή χαμηλότερης φορολόγησης ως μέσο ελάφρυνσης των επιχειρηματιών του τουρισμού, και, κατά 26,6% τη προώθηση του προορισμού και των επιχειρήσεων στο εξωτερικό μέσω στοχευμένων διαφημιστικών καμπανιών.



Γράφημα 5.21: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού ΑμεΑ

Μέσα από τη διαδικασία συσχέτισης (χ^2) των χαρακτηριστικών της προσφοράς, παρουσιάζεται (Παράρτημα 2) ότι η κατάταξη των ξενοδοχείων, συσχετιζόμενη με το επίπεδο της εκπαίδευσης των εργαζομένων σε αυτά, δεν

παρουσιάζει κάποια στατιστικά σημαντική συσχέτιση ($p=0.605>0.05$). Το ίδιο συμβαίνει και με τη δυναμικότητα των ξενοδοχείων και το ενδιαφέρον των εκπροσώπων στη μελλοντική εξειδίκευση στον τουρισμό ΑμεΑ. Επομένως, τα μεγέθη αυτά είναι ανεξάρτητα και δε συμμεταβάλλονται. Παρόλα αυτά, παρατηρείται από τα ευρήματα της διερεύνησης των χαρακτηριστικών των καταλυμάτων ότι τα περισσότερα από αυτά διαθέτουν τις βασικές προσβάσιμες υποδομές αναφορικά με τις απαραίτητες ράμπες (κατά 83%) και τα προσαρμοσμένα δωμάτια ΑμεΑ (κατά 70%). Ωστόσο, η πλειονότητα των ξενοδοχείων (68%) με δωμάτια ΑμεΑ, διαθέτει το πολύ 2 τέτοια δωμάτια στο σύνολο της δυναμικότητάς τους, καθιστώντας την προσφορά τους σε χαμηλά επίπεδα για τα σύγχρονα δεδομένα του τουρισμού στην Κρήτη. Η ζήτηση του τουρισμού ΑμεΑ διαφαίνεται από τις δηλώσεις του 71% των εκπροσώπων, ότι είναι επίσης χαμηλή αφού εξυπηρετούν από 0 έως 10, αλλοδαπούς κυρίως, τουρίστες με αναπηρία το χρόνο.

Ένας ακόμα τομέας που υστερεί είναι αυτός της εξυπηρέτησης των πελατών - τουριστών με αναπηρία καθώς όπως χαρακτηριστικά αποδεικνύεται, ελάχιστα καταλύματα (4%) διαθέτουν προσωπικό με γνώσεις στη νοηματική γλώσσα και το επίπεδο εξοικείωσης των εργαζομένων με την εξυπηρέτηση αναπηρικού τουρισμού χαρακτηρίζεται κατά 65%, χαμηλό έως μέτριο. Επιπλέον, οι εκπρόσωποι των ξενοδοχείων παρουσιάζουν χαμηλό ενδιαφέρον για προσφορά εκπαίδευσης στο ξενοδοχειακό προσωπικό καθώς κρίνουν κατά 66%, χαμηλή έως μέτρια, τη σπουδαιότητα της αγοράς αυτής στη παρούσα φάση και το 61% αυτών θεωρεί ότι οι τουρίστες με αναπηρία εξυπηρετούνται καλά από τις παροχές και υπηρεσίες της ξενοδοχειακής τους επιχείρησης.

Αναφορικά με τη διερεύνηση του επιπέδου προσβάσιμων υποδομών και υπηρεσιών της Κρήτης, αποδεικνύεται ότι το νησί διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές (55%) για την εξυπηρέτηση και φιλοξενία των ανάπηρων τουριστών και πολιτών και ότι έχει ληφθεί αρκετή μέριμνα στις τουριστικές κ.ά. εγκαταστάσεις και τους πολιτιστικούς χώρους (77%). Αυτό αποτελεί σαφώς ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς που δεν έχουν προβεί στις αναγκαίες τροποποιήσεις. Ωστόσο, λόγω του χαμηλού ακόμα ιδιωτικού ενδιαφέροντος για μελλοντική εξειδίκευση στον τουρισμό ΑμεΑ και της γενικότερης αντίληψης ότι οι τάσεις ανάπτυξης αυτής της αγοράς είναι μέτριες προς χαμηλές στο εξωτερικό, κι ακόμα χαμηλότερες για τα ελληνικά δεδομένα, συνεπάγεται το συμπέρασμα ότι η σχεδιαστική καταλληλότητα των υποδομών και υπηρεσιών είναι ασφαλώς απαραίτητο να τηρείται και να βελτιώνεται σε έναν προορισμό και μια επιχείρηση, αυτό που προέχει όμως είναι η εκ βάθους κατανόηση και διαμόρφωση της κοινωνικής και

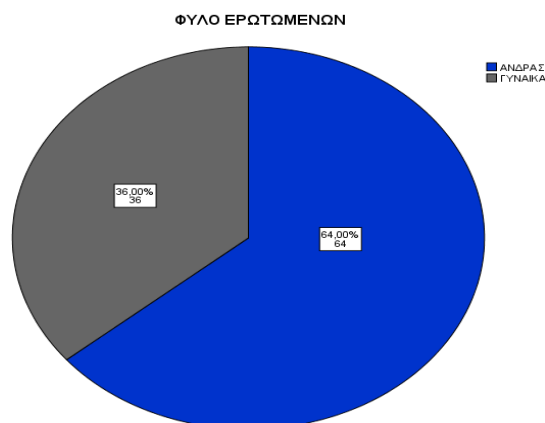
επιχειρηματικής αντίληψης σχετικά με την αναπηρία και τον προσβάσιμο τουρισμό αλλά και η απαγκίστρωση του ενδιαφέροντος των φορέων του τουρισμού από τη μαζικοποιημένη μορφή του.

5.2 Αποτελέσματα Έρευνας στην Τουριστική Ζήτηση

Στο υποκεφάλαιο αυτό αναλύονται τα ευρήματα της έρευνας που διεξήχθη σε 100 τουρίστες με αναπηρία με ποσοστό απαντητικότητας 100%. Τα στοιχεία παρουσιάζονται δομημένα βάσει της ροής του ερωτηματολογίου που αναφέρεται στους τουρίστες, και τοποθετούνται αρχικά με την Ενότητα: Χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων, την Ενότητα: Χαρακτηριστικά ταξιδιού, ενώ ολοκληρώνονται με την Ενότητα: Αξιολόγηση Υποδομών Προσβασιμότητας και μας δίνουν τα πρώτα αποτελέσματα σχετικά με τη ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης.

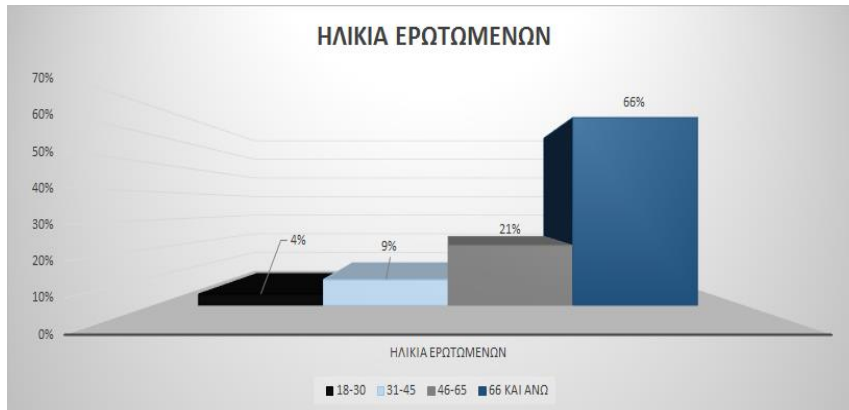
5.2.1 Χαρακτηριστικά ερωτώμενων

Το γράφημα αναφέρεται στη πρώτη ερώτηση της τρίτης ενότητας και παρουσιάζει το φύλο των ερωτηθέντων του δείγματος, οι οποίοι ήταν στην πλειοψηφία τους (64%) άντρες, και κατά 36% γυναίκες.



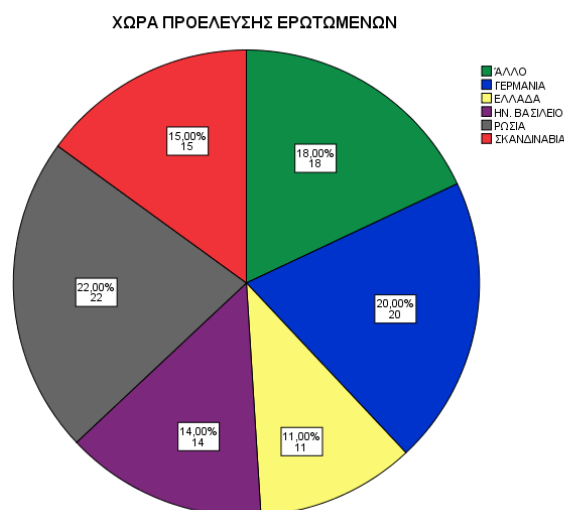
Γράφημα 5.22: Φύλο ερωτηθέντων τουριστών

Οι ερωτώμενοι κατηγοριοποιήθηκαν βάσει ηλικίας σε τέσσερις ομάδες και όπως παρουσιάζει το διάγραμμα, στη συντριπτική πλειοψηφία τους (66%) ήταν άνθρωποι μεγαλύτεροι των 66 ετών. Νεότερης ηλικίας ήταν οι 21% που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα από 46 έως 65 ετών, οι 9% που ήταν μεταξύ 31 και 45 ετών και οι 4% που ήταν από 18 έως και 30 ετών.



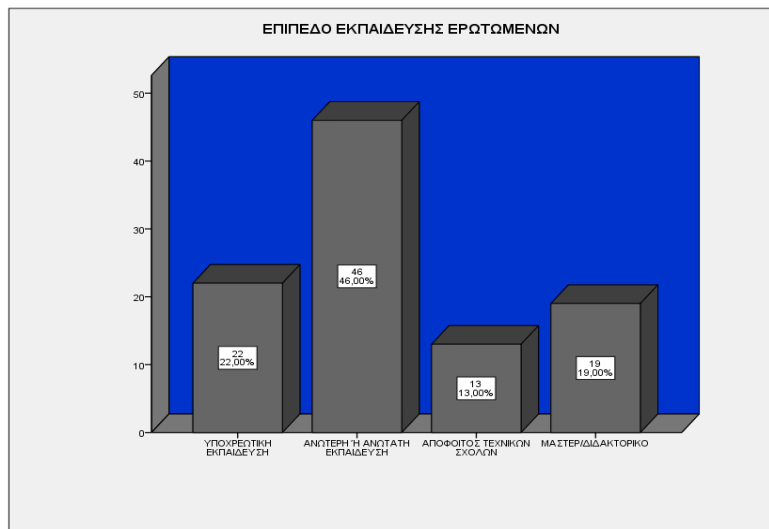
Γράφημα 5.23: Ηλικία ερωτηθέντων τουριστών

Ακόμα, παρατηρείται μεγάλη διασπορά στα στοιχεία σχετικά με τη χώρα προέλευσης των τουριστών της έρευνας καθώς, οι συμμετέχοντες ήταν κατά 22% από τη Ρωσία, 20% από τη Γερμανία, 15% από Σκανδιναβικές χώρες, 14% από το Ηνωμένο Βασίλειο και κατά 11% από Ελλάδα. Στην επιλογή «Άλλο» συμπληρώθηκαν 9% απαντήσεις από Γαλλία, 6% από Βέλγιο και 3% απαντήσεις από Πολωνία.

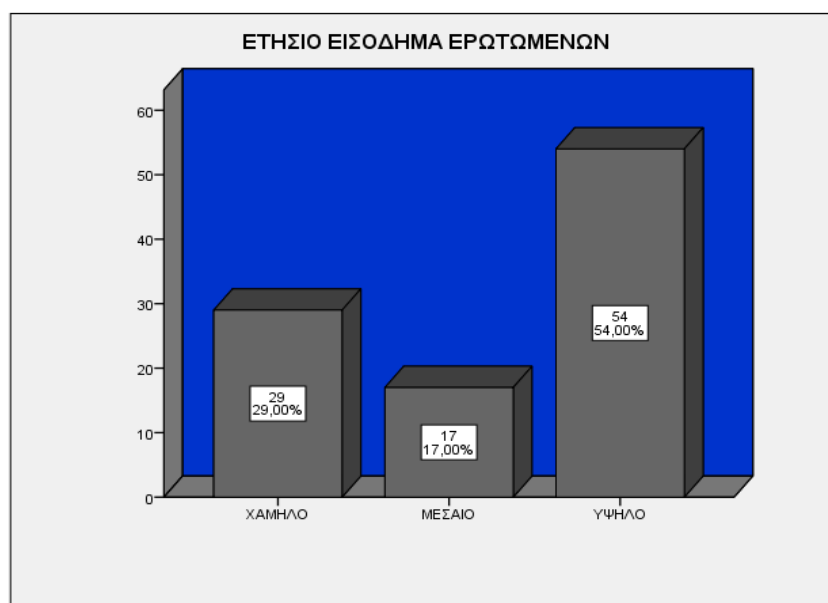


Γράφημα 5.24: Χώρα προέλευσης ερωτηθέντων τουριστών

Στο **Γράφημα 5.25** διαφαίνεται ότι το επίπεδο εκπαίδευσης των τουριστών ήταν αρκετά υψηλό, με την πλειοψηφία να δηλώνουν απόφοιτοι ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης (46%). Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες είχαν σχετικά ομοιόμορφη κατανομή στις ομάδες των απόφοιτων υποχρεωτικής εκπαίδευσης (22%), στους έχοντες μάστερ/διδακτορικό (19%), και στους απόφοιτους των τεχνικών σχολών (13%). Επίσης, το ετήσιο εισόδημά τους χαρακτηρίζεται σύμφωνα με το **Γράφημα 5.26**, κατά το 54% των περιπτώσεων ως υψηλό (σε αναλογία με τους βασικούς μισθούς της χώρας προέλευσης), κατά 29% είναι χαμηλό, και κατά 17% μέτριο.

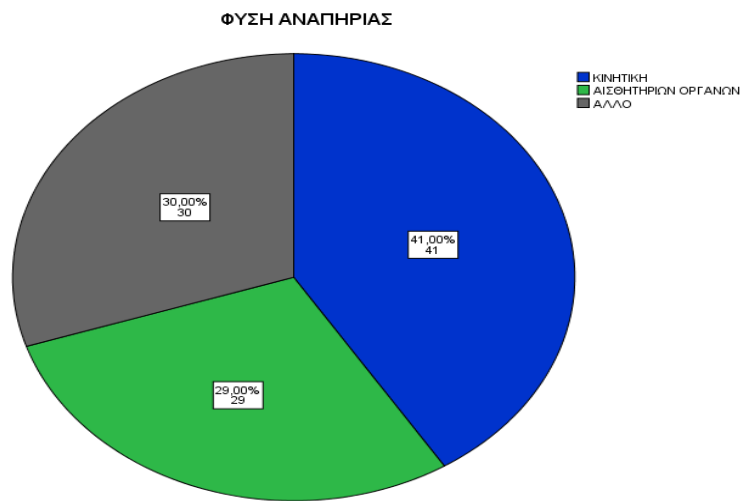


Γράφημα 5.25: Εκπαίδευση τουριστών

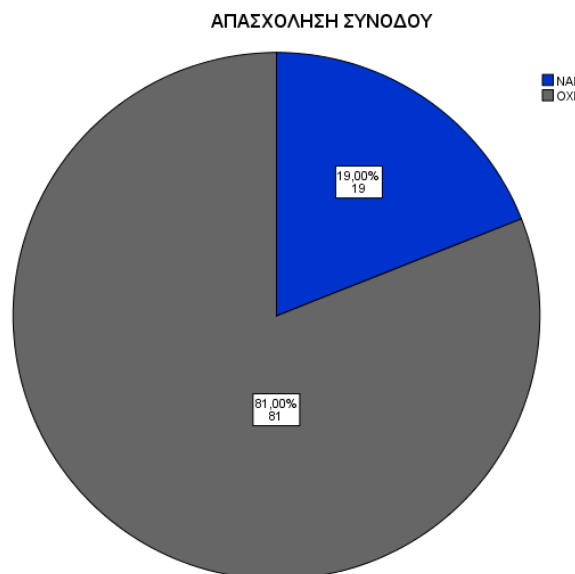


Γράφημα 5.26: Εισοδηματική κατάταξη τουριστών

Τέλος, από τους 100 τουρίστες με αναπηρία που συμμετείχαν στην έρευνα, κινητική αναπηρία παρουσίαζαν οι 41, αναπηρία αισθητηρίων οργάνων οι 29 ενώ στην απάντηση «Άλλο» (30%) περιλήφθηκαν άτομα με νεφρική ανεπάρκεια, καρδιακή ανεπάρκεια, ελαφρύ αυτισμό κα (Γράφημα 5.27) ενώ στη πλειοψηφία τους οι τουρίστες αυτοί δεν απασχολούν συνοδό στη καθημερινότητα και στις διακοπές τους (81%) και προσπαθούν να εξυπηρετούνται με τις δικές τους δυνάμεις και τη βοήθεια της οικογένειάς τους (Γράφημα 5.28).



Γράφημα 5.27: Φύση αναπηρίας ερωτηθέντων τουριστών

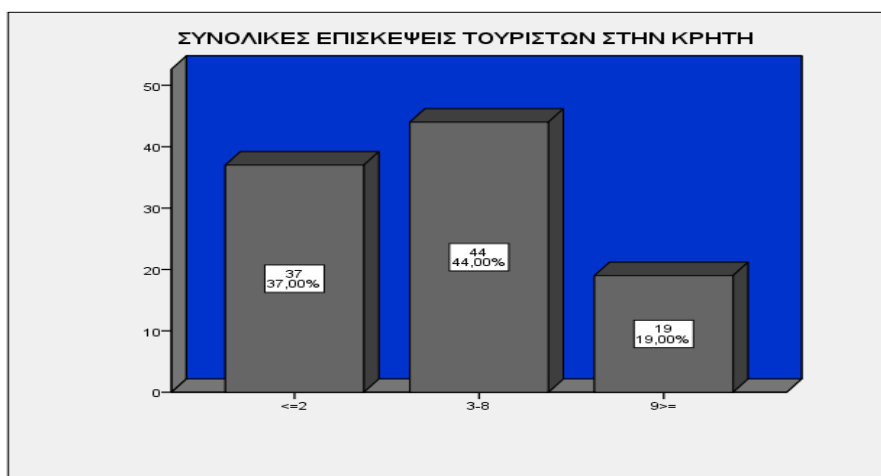


Γράφημα 5.28: Καθημερινή απασχόληση συνοδού αναπήρων

Οι τουρίστες με αναπηρία που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν κατά 64% άνδρες, ηλικίας 46 ετών και άνω (87%) και με κινητικά κυρίως προβλήματα. Ταξίδεψαν στην Κρήτη από διάφορες ευρωπαϊκές κυρίως χώρες, όπως ήταν αναμενόμενο λόγω της βιβλιογραφικής επισκόπησης που υποστηρίζει ότι ο ευρωπαϊκός τουρισμός ΑμεΑ έχει αξιόλογα μεγάλο μέγεθος ζήτησης. Ακόμα, παρατηρήθηκε στα επιμέρους χαρακτηριστικά τους ότι είναι μορφωμένοι πολίτες (65% απόφοιτοι ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης και κάτοχοι μάστερ/διαδακτορικών) με καλά εισοδήματα (71% μεσαία με υψηλά εισοδήματα) γεγονός σύμφωνο με τη θεωρία του **Κεφαλαίου 3**, ότι οι ταξιδιώτες με αναπηρία θέλουν και έχουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδεύουν σε τουριστικούς προορισμούς που καλύπτουν τις πνευματικές και σωματικές τους ανάγκες.

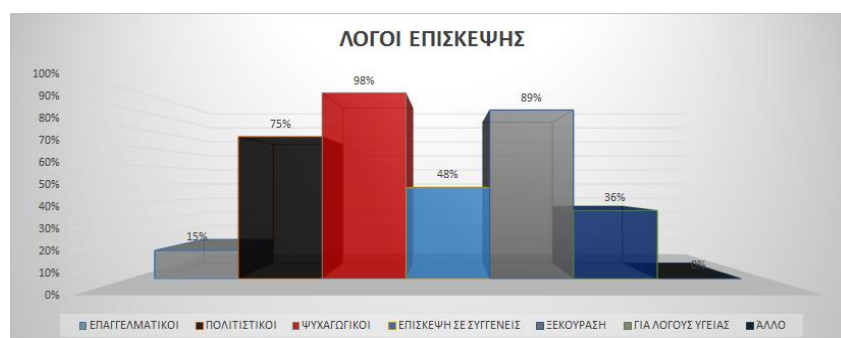
5.2.2 Χαρακτηριστικά ταξιδιού Τουριστών ΑμεΑ

Το γράφημα που ακολουθεί αναφέρεται στη συχνότητα των επισκέψεων των τουριστών με αναπηρία στη Κρήτη και παρουσιάζει ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων (44%) έχει επισκεφτεί τον συγκεκριμένο προορισμό από 3 έως και 8 φορές, το 37% αυτών έχει έρθει μέχρι 2 φορές ενώ, το 19% του δείγματος έχει επιλέξει την Κρήτη τουλάχιστον 9 φορές. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι οι ταξιδιώτες με αναπηρία έχουν το χαρακτηριστικό της αφοσίωσης στον προορισμό της Κρήτης και τον επιλέγουν συστηματικά για τις διακοπές τους.



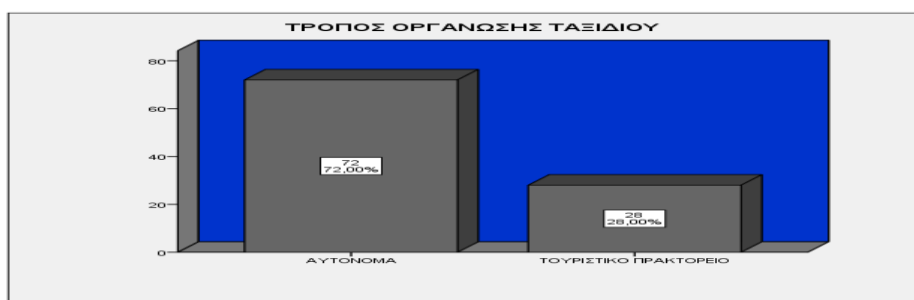
Γράφημα 5.29: Συχνότητα επισκέψεων των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη

Το **Γράφημα 5.30** αφορά την ερώτηση 2 του ερωτηματολογίου που διερευνά τους λόγους επίσκεψης των ταξιδιωτών με αναπηρία στην Κρήτη. Παρουσιάζεται ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων έδωσε περισσότερες, από μία, απαντήσεις οι οποίες συγκλίνουν κατά 98% σε λόγους ψυχαγωγίας και διασκέδασης, κατά 89% για ξεκούραση και αναψυχή, 75% για πολιτιστικούς λόγους, ενώ, κατά 48% συνδυάζουν το ταξίδι τους με επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους. Ακόμα, 36% έρχονται συνδυαστικά με θέματα υγείας, και τέλος, το 15% των απαντήσεων αφορούσε επαγγελματικούς λόγους.



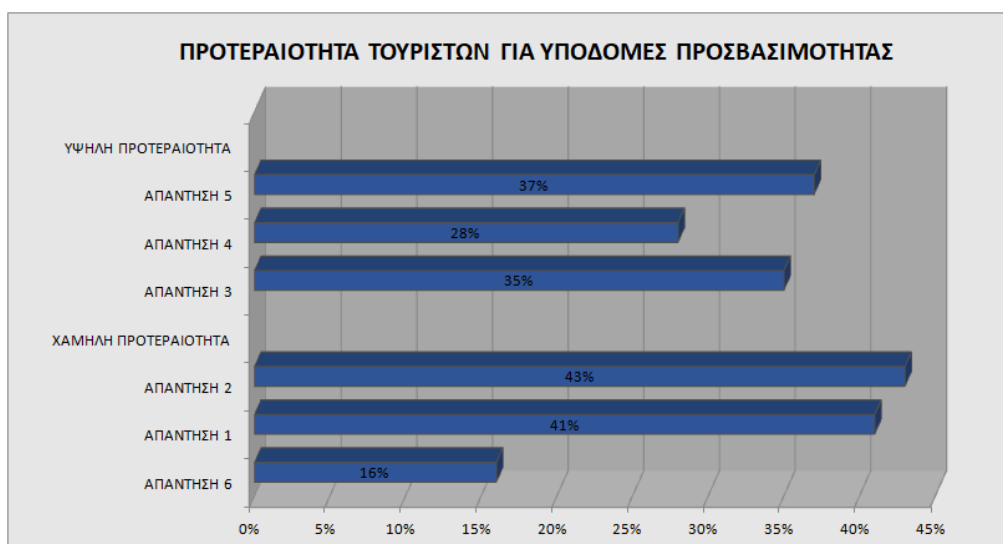
Γράφημα 5.30: Λόγοι επίσκεψης τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη

Η τρίτη ερώτηση διερευνά τους τρόπους οργάνωσης που επιλέγουν οι τουρίστες με αναπηρία για τα ταξίδια τους, και τα αποτελέσματά της υποδεικνύουν ότι, οι 100 τουρίστες του δείγματος, προτιμούν κατά 72% να οργανώνουν αυτόνομα τις διακοπές τους, ενώ μόλις οι 28% επιλέγουν να κλείνουν τα ταξίδια τους με τη βοήθεια τουριστικών πρακτόρων. Αυτό αποτελεί χαρακτηριστικό της αυτονομίας και εξοικείωσης των ανθρώπων με αναπηρία με το διαδίκτυο και την τεχνολογία, αλλά ίσως οφείλεται επίσης και στο χαρακτηριστικό της ανεμπόδιστης εξυπηρέτησης σε σχέση με τη διαδικασία της γεωγραφικής μετακίνησης χώρο ενός τουριστικού γραφείου.



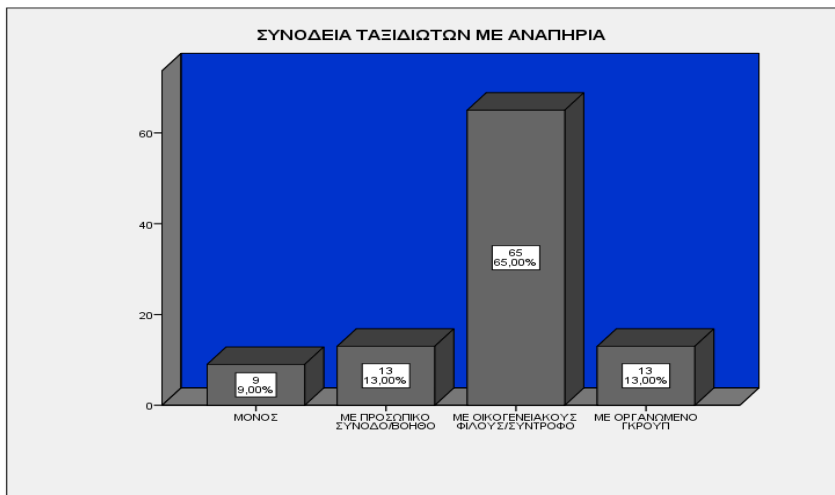
Γράφημα 5.31: Τρόπος οργάνωσης ταξιδιών

Το **Γράφημα 5.32** αφορά την προτεραιότητα στις τουριστικές υποδομές προσβασιμότητας σύμφωνα με την οποία οι ταξιδιώτες με αναπηρία αναζήτησαν πληροφορίες κατά την οργάνωση των διακοπών τους. Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν είχαν κατά 90% την ίδια σειρά προτεραιότητας για τις εν λόγω υποδομές και όπως παρουσιάζεται ακολούθως, πολύ υψηλή προτεραιότητα έχουν για τους τουρίστες με αναπηρία οι υποδομές των εξωτερικών (37%) και εσωτερικών (28%) κοινόχρηστων χώρων των καταλυμάτων, όπως επίσης και η διαρρύθμιση των δωματίων στα οποία φιλοξενούνται (35%). Ακόμα, μέση και χαμηλή προτεραιότητα σχέση με τις παραπάνω επιλογές, πήραν οι απαντήσεις σχετικά με τα προσβάσιμα μέσα μεταφοράς (43%) και τους αρχαιολογικούς χώρους (41%). Η απάντηση «Άλλο» που συγκεντρώθηκε με ποσοστό 16% με χαμηλή προτεραιότητα, αναφέρθηκαν κοντινά κέντρα υγείας στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και παραλίες με ράμπες.



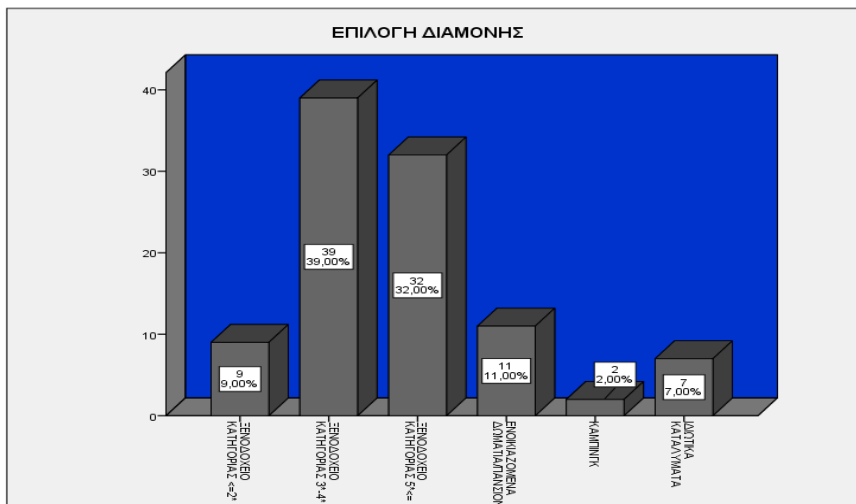
Γράφημα 5.32: Προτεραιότητα προσβάσιμων υποδομών

Το **Γράφημα 5.33** αφορά τους συνταξιδιώτες των ερωτώμενων και δείχνει ότι οι τουρίστες με αναπηρία που ρωτήθηκαν ταξίδεψαν κατά 65% με την οικογένεια, τους φίλους ή το σύντροφό τους, κατά 13% με οργανωμένο γκρουπ και προσωπικό βοηθό (συνοδός αναπήρων) και κατά 9% μόνοι τους.



Γράφημα 5.33: Συνοδεία τουριστών με αναπηρία στις διακοπές τους

Η διαμονή των τουριστών βασίζεται βάσει πλειοψηφίας και με μικρές αποκλίσεις σε ξενοδοχεία 3-4 αστέρων (39%) και ξενοδοχεία 5 αστέρων (32%), ενώ το 11% των τουριστών προτιμά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, κατά 9% προτιμούν τα ξενοδοχεία έως 2 αστέρων, κατά 7% διαμένουν σε ιδιωτικά καταλύματα και τέλος μόλις το 2% επιλέγει τα οργανωμένα κάμπινγκ για τις καλοκαιρινές διακοπές του.



Γράφημα 5.34: Τύπος διαμονής τουριστών

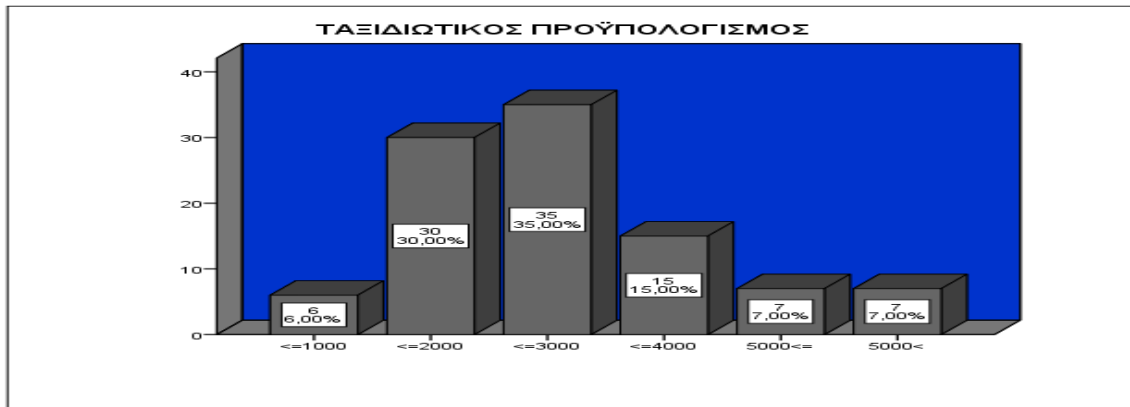
Το επόμενο διάγραμμα παρουσιάζει τη διάρκεια του ταξιδιού των τουριστών του δείγματος και φανερώνει ότι το 49% διαμένει 8 με 14 ημέρες στο νησί, το 21%

από 2 έως 7 ημέρες, το 17% διαμένουν για περισσότερο από 2 εβδομάδες και μέχρι 25 μέρες, το 10% για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα (26 και πλέον μέρες) ενώ μόλις το 3% απάντησε ότι καταφθάνει και αναχωρεί αυθημερόν από το νησί της Κρήτης. Ωστόσο αποδεικνύεται από πρωτογενή έλεγχο (σε ιδιωτικές πλατφόρμες κρατήσεων τοπικών εταιριών μεταφοράς τουριστών), ότι τα σχετικά δεδομένα των συμβατικών τουριστών αφορούν κατά μέσο όρο 4-8 διανυκτερεύσεις, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι τουρίστες με αναπηρία συνηθίζουν να διαμένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα στον προορισμό, αυξάνοντας αναλογικά τις τουριστικές τους δαπάνες.



Γράφημα 5.35: Διάρκεια διαμονής τουριστών

Σχετικά με τον ταξιδιωτικό προϋπολογισμό και τις δαπάνες των τουριστών, που διερευνώνται στην όγδοη ερώτηση του ερωτηματολογίου, φανερώνεται ότι το 35% των απαντήσεων αφορούν δαπάνες έως και 3.000 €, κατά 30% αφορούν δαπάνες μέχρι 2.000 €, κατά 15% οι δαπάνες φτάνουν στις 4.000 €, κατά 7% φτάνουν και ξεπερνούν τις 5.000 €, ενώ μόνο για τη μειοψηφία του 6%, ο χρηματικός προϋπολογισμός των διακοπών δε θα ξεπεράσει τα 1.000 €.



Γράφημα 5.36: Χρηματικός προϋπολογισμός τουριστών με αναπηρία για διακοπές

Από τα παραπάνω στοιχεία γίνεται εμφανές ότι οι τουρίστες με αναπηρία που συμμετείχαν στην έρευνα, επισκέπτονται συχνά τον συγκεκριμένο προορισμό για τις διακοπές τους (63% έχουν επισκεφθεί την Κρήτη πάνω από 3 φορές) γεγονός που αποδεικνύει τη θεωρία ότι παραμένουν πιστοί σε έναν προορισμό που ικανοποιεί τις ανάγκες τους, και για λόγους που συνάδουν απόλυτα με τους λόγους των συμβατικών τουριστών (ξεκούραση, αναψυχή, πολιτιστικούς κ.ά.). Ακόμα, προτιμούν να ταξιδεύουν κατά 78% με οικογένεια και οργανωμένα γκρουπ, και να διαμένουν κατά 71% σε ξενοδοχεία 3 αστέρων και άνω, ενώ οι διακοπές τους είναι σχεδόν διπλάσιας διάρκειας από τους συμβατικούς ταξιδιώτες, δαπανώντας έτσι περισσότερα χρήματα στον προορισμό, όπως αναφέρεται και στο **Κεφάλαιο 3**.

Παρατηρείται ακόμα ότι προτιμούν να σχεδιάζουν και να κλείνουν αυτόνομα τα ταξίδια τους, με βασική τους προτεραιότητα τις προσβάσιμες υποδομές στους χώρους του καταλύματος που διαμένουν.

5.3 Αξιολόγηση Υποδομών Προσβασιμότητας

Στη συνέχεια, παρουσιάζεται ο μέσος όρος της κατανομής (mean) των τιμών των Ερωτήσεων 9-21 του ερωτηματολογίου (Τουριστών), ο οποίος υποδεικνύει τη γενική τάση κατάταξης των απαντήσεων των τουριστών, σύμφωνα με τα δεδομένα πλαίσια απαντήσεων των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου (1=Απαραδέκτο, 5= Πολύ καλό).

Σύμφωνα με τις δύο ομάδες δεδομένων που χωρίζονται για λόγους διάταξης σε Μέρος α' και Μέρος β', παρατηρείται, συλλογικά, ότι οι περισσότεροι mean, και συγκεκριμένα, αυτοί που αφορούν στις ερωτήσεις διερεύνησης του επιπέδου προσβασιμότητας στις υποδομές (α) των εξωτερικών και (β) εσωτερικών χώρων του καταλύματος, (γ) του δωματίου ΑμεΑ, (δ) των μεταφορικών μέσων της Κρήτης, όπως επίσης και, στις ερωτήσεις σχετικά με το επίπεδο (ε) ανταπόκρισης των υποσχόμενων στις πραγματικές υποδομές προσβασιμότητας, (στ) προσβάσιμων υποδομών του καταλύματος και (ζ) εξυπηρέτησης στα μέσα μεταφοράς, κυμαίνονται στην τιμή 3 (3,51 έως 3,99). Η τιμή αυτή αντιπροσωπεύει (στο πλαίσιο απαντήσεων του ερωτηματολογίου) την απάντηση «Μέτριο» και, σύμφωνα με την κατανομή της, που πλησιάζει οριακά το 4 (Απάντηση 4= «Καλό»), συμπεραίνεται ότι οι περισσότεροι τουρίστες του δείγματος χαρακτήρισαν μέτριο προς καλό το επίπεδο προσβασιμότητας στους εξωτερικούς κι εσωτερικούς κοινόχρηστους χώρους των καταλυμάτων και του δωματίου ΑμεΑ, το επίπεδο της εξυπηρέτησής τους στα καταλύματα και στα μέσα μεταφοράς της Κρήτης, καθώς επίσης και το επίπεδο ανταπόκρισης των υποσχόμενων υποδομών των ξενοδοχείων σε αυτές που πραγματικά υπήρχαν.

Η χαμηλότερη τιμή mean (2,71) παρατηρείται στη διερεύνηση των προσβάσιμων υποδομών του οδικού δικτύου, για την οποία οι απαντήσεις συγκεντρώνονται γύρω από την τιμή 2. Η τιμή αυτή αντιστοιχεί, βάσει του πλαισίου απαντήσεων (του ερωτηματολογίου), στο χαρακτηρισμό «Ανεπαρκές», γεγονός που αποδεικνύει ότι η Κρήτη υστερεί πολύ στον τομέα των υποδομών οδικού δικτύου και χρειάζεται να ληφθεί άμεσα η κατάλληλη μέριμνα. Παραταύτα, η διερεύνηση του επιπέδου (i) των γενικών προσβάσιμων υποδομών των καταλυμάτων, (ii) των προσβάσιμων υποδομών στους πολιτιστικούς χώρους της Κρήτης, και, (iii) της φιλικότητας/προσβασιμότητας της Κρήτης ως προορισμός για ΑμεΑ, απέδωσε θετικότερα αποτελέσματα, με τις απαντήσεις των ερωτώμενων να συγκεντρώνονται στην τιμή 4 (4,07 έως 4,64) που αντιστοιχεί στον χαρακτηρισμό «Καλό». Το γεγονός αυτό υποδεικνύει ότι οι συμμετέχοντες τουρίστες, αξιολογούν με θετικό τρόπο τις υποδομές σε καταλύματα και πολιτιστικούς χώρους, όπως επίσης και το επίπεδο φιλικότητας της Κρήτης στα ΑμεΑ. Επιπρόσθετα, οι ερωτήσεις σχετικά την επιρροή του επιπέδου προσβασιμότητας στο σύνολο της ταξιδιωτικής εμπειρίας και την πιθανότητα σύστασης του προορισμού, συγκέντρωσαν τις ίδιες υψηλές αξιολογήσεις (mean=4,25 και 4,56 αντίστοιχα), γεγονός που αποδεικνύει ότι το επίπεδο προσβασιμότητας έχει μεγάλη επίδραση στη γενική εμπειρία που αποκομίζουν τα

ΑμεΑ από τις διακοπές τους και ότι είναι πολύ πιθανό να συστήσουν σε άλλους τις διακοπές στην Κρήτη, εφόσον έμειναν ικανοποιημένοι από τη δική τους επίσκεψη.

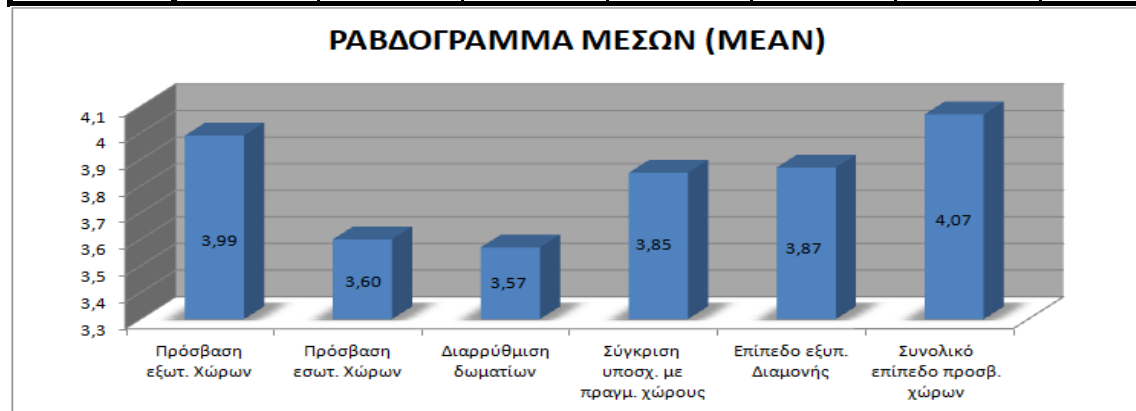
Την παρουσίαση των πινάκων και γραφημάτων των μέσων ακολουθεί η αναλυτική παρουσίαση των επιμέρους αποτελεσμάτων των ερωτήσεων που συμπεριλήφθηκαν στη παρούσα ομαδοποίηση (Ερωτήσεις 9-21)

Πίνακας 5.2: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος α')

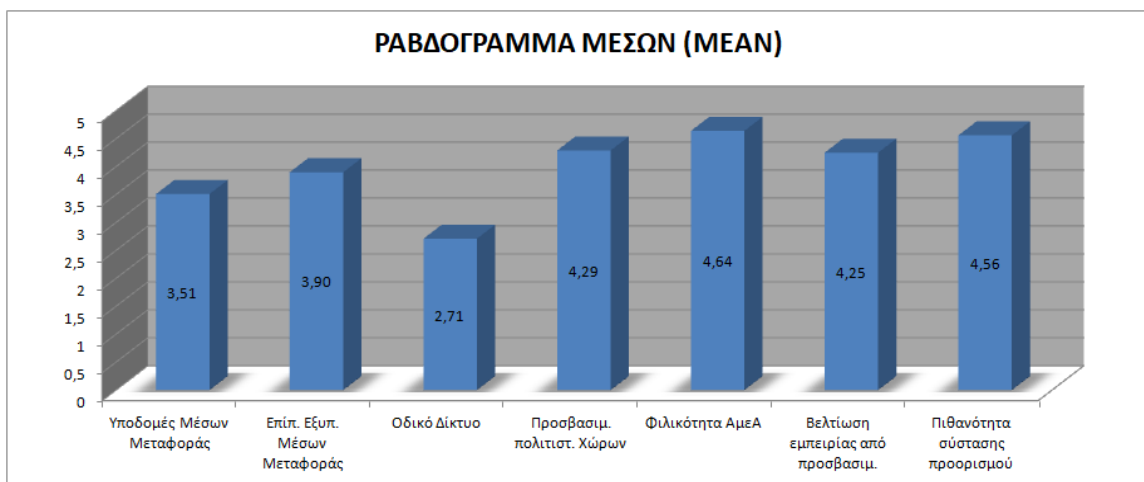
		Statistics					
		ΠΡΟΣΒ_ΕΞ ΩΤ_ΧΩΡΩΝ	ΠΡΟΣΒ_ΕΣ ΩΤ_ΧΩΡΩΝ	ΔΙΑΡΡΥΘΜ_ ΔΩΜΑΤ	ΣΥΓΚΡ_ ΥΠΟΣΧ_ ΜΕ_ΠΡΑΓΜ ΧΩΡ	ΕΠΙΠΕΔΟ_Ε ΞΥΠ_ΔΙΑΜΟ N	ΣΥΝ_ΕΠΙΠ_ΠΡ ΟΣΒ_ΧΩΡΩΝ
N	Valid	99	99	99	99	99	99
	Missing	1	1	1	1	1	1
Mean		3,99	3,60	3,57	3,85	3,87	4,07

Πίνακας 5.3: Οι μέσοι (mean) των ερωτήσεων Likert του ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος β')

		Statistics						
		ΥΠΟΔ_ΜΕ ΣΩΝ_ΜΕΤ ΑΦΟΡΑΣ	ΕΠΙΠ_ΕΞΥ Π_ΜΕΣΑ_ ΜΕΤΑΦ	ΟΔΙΚΟ_ΔΙ ΚΤΥΟ	ΠΡΟΣΒ_Π ΟΛΙΤΙΣΤΙ_ ΧΩΡΩΝ	ΦΙΛΙΚΟΤΗ ΤΑ_ΑΜΕΑ	ΒΕΛΤ_ΕΜ ΠΕΙΡΙΑΣ_Α ΠΟ_ΠΡΟΣ ΒΑΣΙΜ	ΠΙΘΑΝ_ΣΥ ΣΤΑΣΗΣ_Π ΡΟΟΡΙΣΜ ΟΥ
N	Valid	99	99	99	99	99	99	99
	Missing	1	1	1	1	1	1	1
Mean		3,51	3,90	2,71	4,29	4,64	4,25	4,56

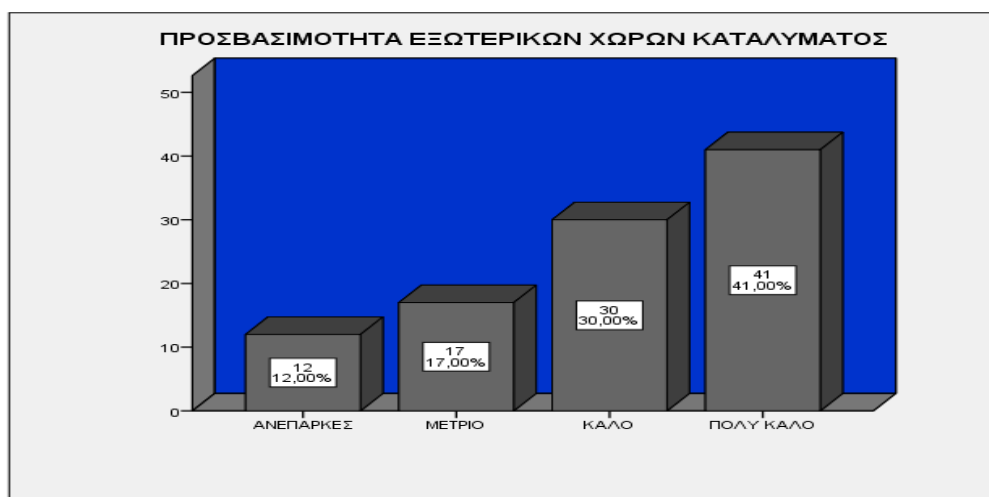


Γράφημα 5.37: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος α')



Γράφημα 5.38: Ραβδόγραμμα μέσων (mean) των ερωτήσεων Likert ερωτηματολογίου τουριστών (Μέρος β')

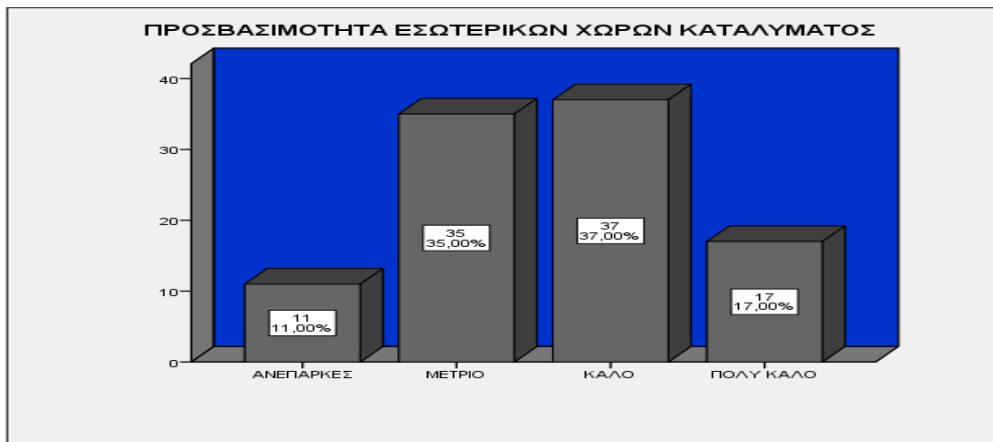
Το επίπεδο των προσβάσιμων υποδομών στους εξωτερικούς χώρους των καταλυμάτων, κρίθηκε ως πολύ καλό από το 41% των ερωτώμενων, ως καλό από το 30% αυτών, ενώ οι 17% των ερωτώμενων παραδέχτηκαν ότι οι εξωτερικοί χώροι ήταν μέτρια προσβάσιμοι, και οι 12% από αυτούς ότι ήταν ανεπαρκείς.



Γράφημα 5.39: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εξωτερικών χώρων καταλύματος

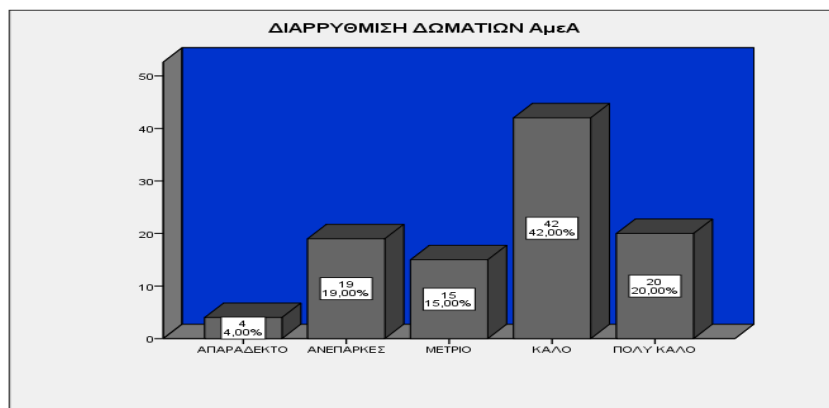
Η προσβασιμότητα των εσωτερικών κοινόχρηστων χώρων του καταλύματος χαρακτηρίστηκε ως καλή στο 37% των περιπτώσεων, ως μέτρια στο 35%, ως πολύ

καλή κατά το 17% των ερωτώμενων και ως ανεπαρκής από το 11% των ερωτώμενων τουριστών.



Γράφημα 5.40: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εσωτερικών χώρων καταλύματος

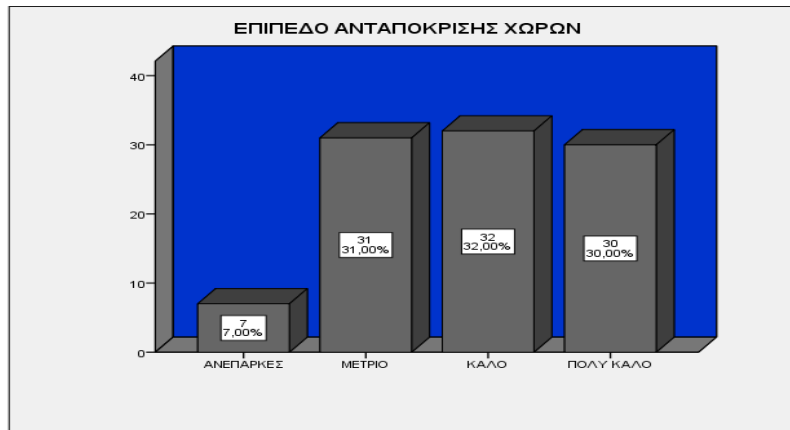
Οι ερωτώμενοι όπως παρουσιάζεται στο **Γράφημα 5.41** χαρακτήρισαν την καταλληλότητα της ειδικής διαρρύθμισης των δωματίων ΑμεΑ που φιλοξενήθηκαν ως καλή σε ποσοστό 42%, πολύ καλή σε ποσοστό 20%, ανεπαρκής κατά 19%, μέτρια σε ποσοστό 15% και απαράδεκτη κατά 4%.



Γράφημα 5.41: Αξιολόγηση διαρρύθμισης δωματίων ΑμεΑ

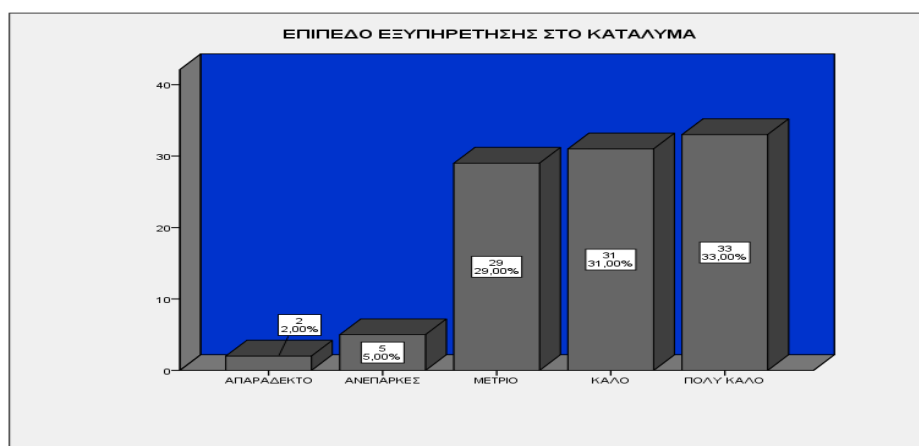
Το διάγραμμα παρουσιάζει την αξιολόγηση της ανταπόκρισης των πραγματικών υποδομών και χώρων του καταλύματος σε σχέση με τις υποσχόμενες και διαφημιζόμενες υποδομές. Τα ευρήματα έδειξαν ότι υπάρχει μικρή διασπορά των τιμών αφού, κατά 32% υπήρξε καλή ανταπόκριση, κατά 31% μέτρια και κατά 30%

πολύ καλή, ενώ υπήρξαν και απαντήσεις που χαρακτήρισαν το επίπεδο ανταπόκρισης των υποσχόμενων στις πραγματικές υποδομές, ανεπαρκές, γεγονός που υποδηλώνει την ασάφεια και παραπληροφόρηση των τουριστών με αναπηρία εκ μέρους των καταλυμάτων αυτών.



Γράφημα 5.42: Αξιολόγηση ανταπόκρισης υποσχόμενων υποδομών και υπηρεσιών

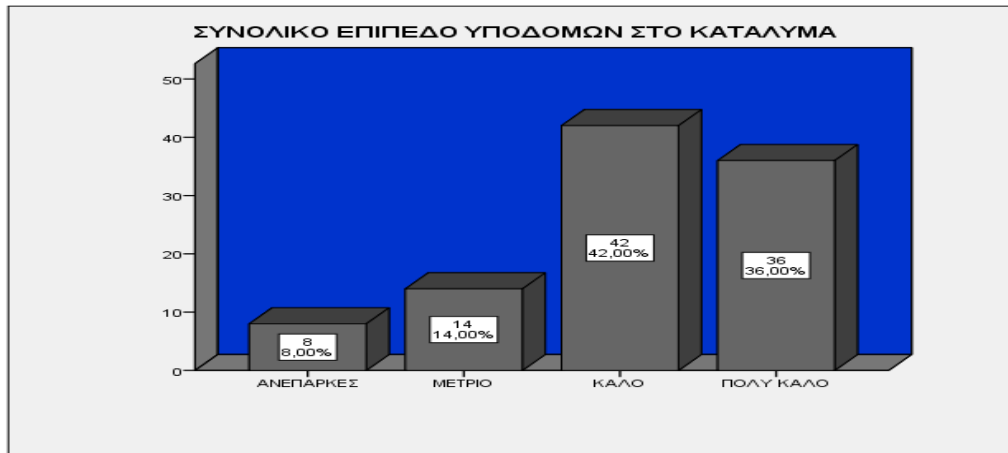
Το παρακάτω διάγραμμα αναφέρεται στις απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με το επίπεδο εξυπηρέτησής τους από τους εργαζόμενους στο κατάλυμα που διέμειναν, και παρουσιάζει ότι κατά 33% το επίπεδο αυτό είναι πολύ καλό, 31% το χαρακτηρίζουν καλό, 29% το βρίσκουν μέτριο, ενώ 5% από τους ερωτώμενους τουρίστες με αναπηρία ανέφεραν ότι το επίπεδο της εξυπηρέτησης ήταν ανεπαρκές, και 2% ότι ήταν απαράδεκτο.



Γράφημα 5.43: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στο κατάλυμα

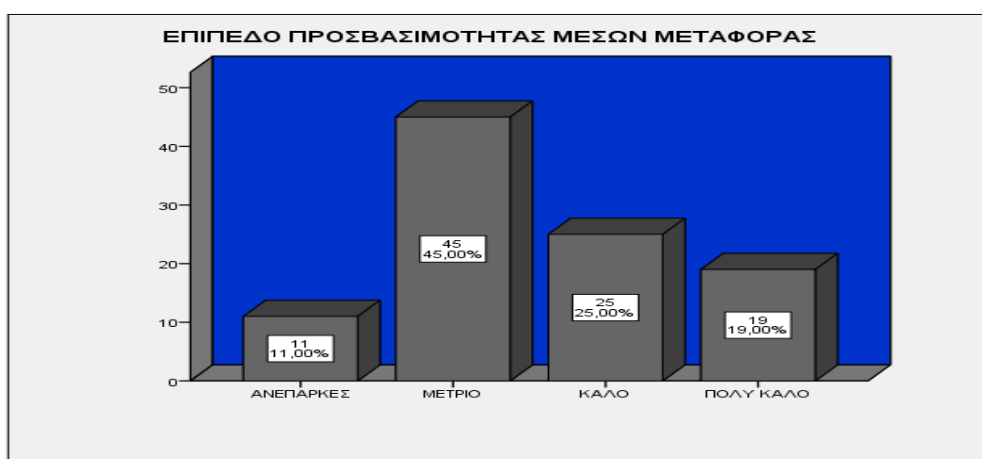
Το συνολικό επίπεδο των προσβάσιμων υποδομών του καταλύματος χαρακτηρίστηκε καλό (42%) και πολύ καλό (36%) από τη πλειοψηφία των

ερωτώμενων ενώ 14% των απαντήσεων υποδήλωσαν ότι ήταν μέτριο και 8% ανεπαρκές.



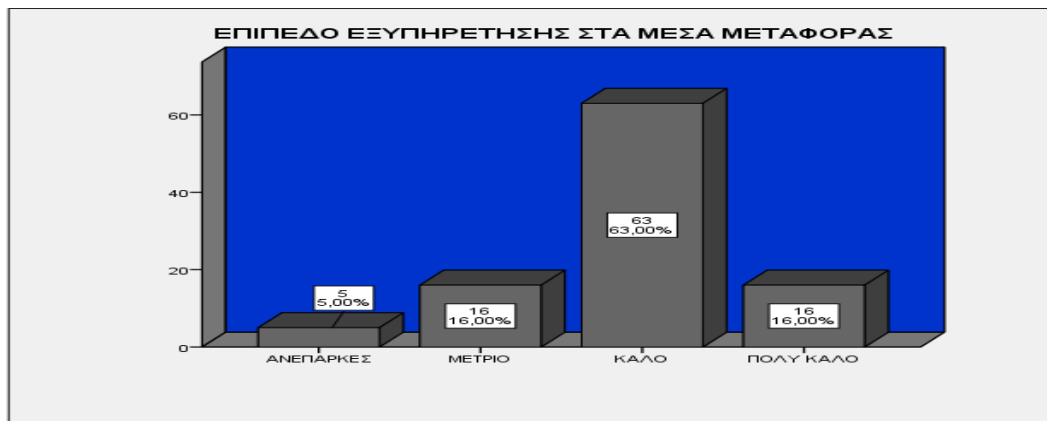
Γράφημα 5.44: Αξιολόγηση συνολικού επιπέδου προσβασιμότητας καταλύματος

Το **Γράφημα 5.45** αφορά τα μέσα μεταφοράς, και συγκεκριμένα, τις υποδομές προσβασιμότητας στα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποίησαν οι 100 τουρίστες με αναπηρία κατά τις διακοπές τους στην Κρήτη. Παρουσιάζεται ότι, το 45% των απαντήσεων αναφέρεται σε μέτριες υποδομές στα μέσα μεταφοράς, το 25% τις χαρακτηρίζει καλές, το 19% πολύ καλές και το 11% τις κρίνει ανεπαρκείς για την εξυπηρέτηση ΑμεΑ. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι η προσβασιμότητα στα μεταφορικά μέσα της Κρήτης είναι σε σχετικά καλά επίπεδα αλλά υπάρχουν ακόμα αρκετά περιθώρια βελτίωσης των υποδομών στα πλαίσια της καθολικής σχεδίασης.



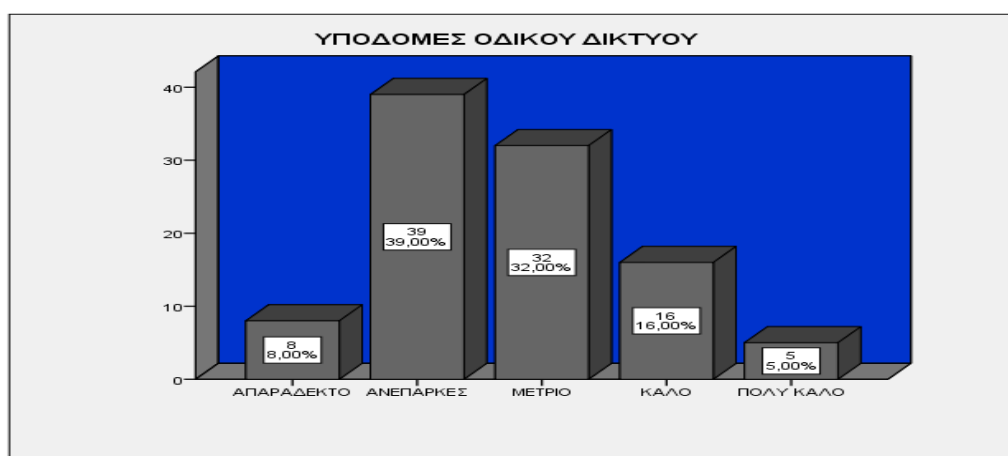
Γράφημα 5.45: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας μεταφορικών μέσων

Ακόμα, οι απαντήσεις σχετικά με την εξυπηρέτηση των τουριστών με αναπηρία στα μέσα μεταφοράς, που παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα, δείχνουν ότι στις 63% των περιπτώσεων υπήρχε καλή εξυπηρέτηση, 16% πολύ καλή και μέτρια, ενώ για το 5% των ερωτώμενων, το επίπεδο εξυπηρέτησης στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποίησαν ήταν ανεπαρκές.



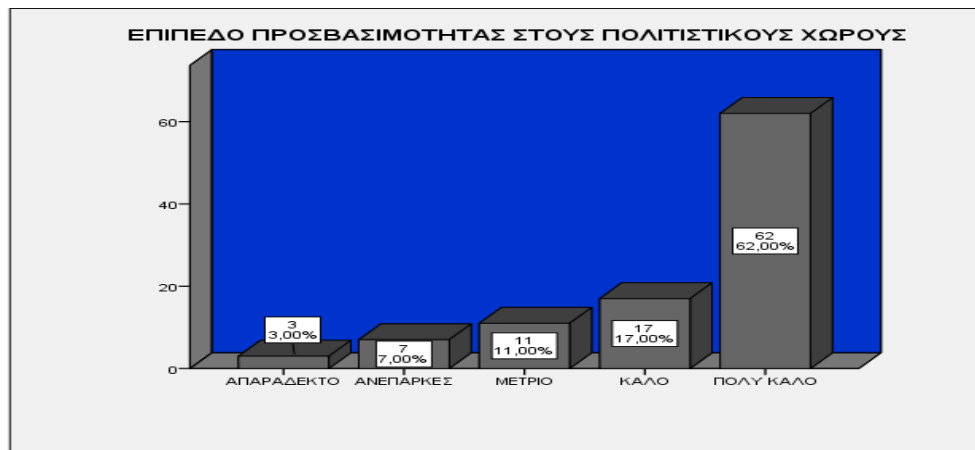
Γράφημα 5.46: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στα μεταφορικά μέσα

Σχετικά με το οδικό δίκτυο, αναφέρεται από το 39% του δείγματος ότι η προσβασιμότητα είναι σε ανεπαρκές επίπεδο, 32% την κρίνουν ως μέτρια, 16% πιστεύουν ότι είναι σε καλό επίπεδο, 8% ότι είναι απαράδεκτη ενώ μόλις το 5% των ερωτώμενων απάντησαν ότι το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στο οδικό δίκτυο της περιοχής που διέμεναν ήταν πολύ καλό. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν την αναγκαιότητα προσαρμογής και βελτίωσης των υποδομών του οδικού δικτύου της Κρήτης, όσον αφορά και τον βόρειο οδικό άξονα και τις τουριστικές περιοχές, αλλά και τις περιφερειακές οδούς.



Γράφημα 5.47: Αξιολόγηση οδικού δικτύου Κρήτης

Οι απόψεις των τουριστών σχετικά με το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στους πολιτιστικούς χώρους της Κρήτης, παρουσιάζονται στο **Γράφημα 5.48** . Τα στοιχεία δείχνουν ότι το 62% των ερωτώμενων βρήκε τη προσβασιμότητα των χώρων αυτών, σε πολύ καλό επίπεδο, 17% αυτών σε καλό επίπεδο, ενώ 11% είπαν ότι η προσβασιμότητα ήταν μέτρια. Χαμηλότερη αξιολόγηση έδωσαν το 7% των ερωτώμενων τουριστών, οι οποίοι βρήκαν τους πολιτιστικούς χώρους με ανεπαρκές επίπεδο προσβασιμότητας και κατά το 3% αυτών, το επίπεδο προσβασιμότητας χαρακτηρίστηκε ως απαράδεκτο.



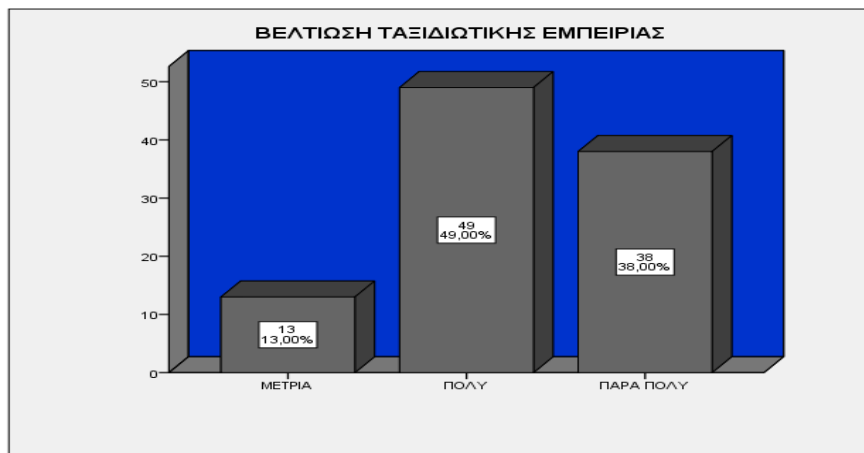
Γράφημα 5.48: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων

Το γενικό επίπεδο φιλικότητας της Κρήτης σαν προορισμός για τουρισμό αναπήρων κρίθηκε από τη συντριπτική πλειοψηφία του 75% ως πολύ καλό, κατά 15% ως καλό ενώ το 9% του δείγματος των τουριστών με αναπηρία ανέφερε ότι η Κρήτη βρίσκεται σε μέτρια επίπεδα φιλικότητας για τουρισμό ΑμεΑ και το 1% έκρινε τον προορισμό ως ανεπαρκή. Τα στοιχεία αυτά υποδεικνύουν ότι στην Κρήτη έχουν γίνει αρκετές σχεδιαστικές κ.α. τροποποιήσεις στις εγκαταστάσεις και υπηρεσίες υπέρ των αναπήρων χρηστών, υπάρχουν ωστόσο αρκετές ακόμα προτάσεις βελτίωσης του νησιού σαν τουριστικός προορισμός για ΑμεΑ.



Γράφημα 5.49: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης

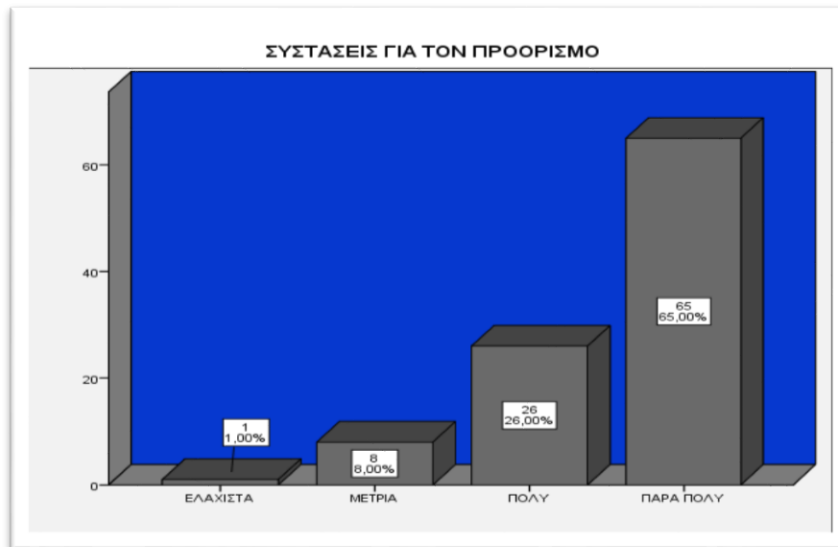
Η καλύτερη προσαρμογή των υποδομών και γενικά, ένα καλύτερο επίπεδο προσβασιμότητας στις τουριστικές κα υποδομές της Κρήτης, θα βελτίωνε κατά πολύ την ταξιδιωτική εμπειρία των επισκεπτών, όπως αποδεικνύουν οι απαντήσεις της πλειοψηφίας (49%) του δείγματος. Μεγαλύτερο βαθμό επιρροής της κατάστασης των εν λόγω υποδομών στην ταξιδιωτική τους εμπειρία δήλωσαν οι 38% των ερωτώμενων που απάντησαν ότι θα βελτιώνονταν πάρα πολύ η εμπειρία τους αν υπήρχαν καταλληλότερες υποδομές, ενώ χαμηλότερο βαθμό επιρροής έχει η προσβασιμότητα για το 13% του δείγματος που απάντησαν ότι θα βελτιωνόταν μέτρια η εμπειρία τους από το συγκεκριμένο ταξίδι.



Γράφημα 5.50: Επιρροή υποδομών προσβασιμότητας στη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία

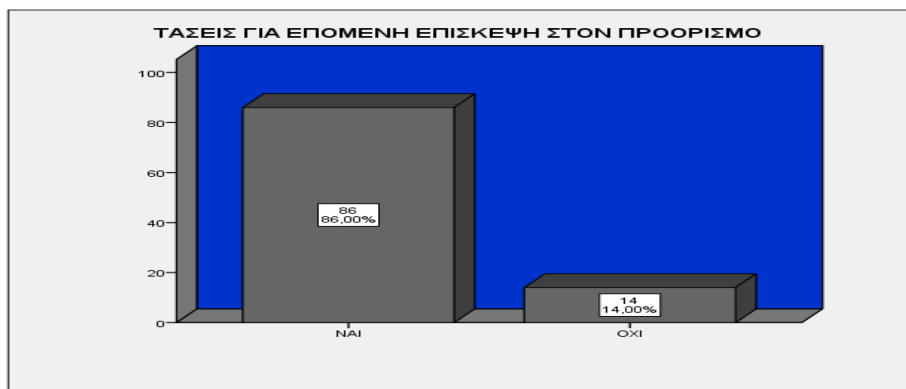
Το **Γράφημα 5.51** παρουσιάζει το κατά πόσο πιθανό είναι να συστήσουν οι τουρίστες του δείγματος, τον προορισμό της Κρήτης σε άλλους καθώς, αποδεικνύεται ότι μια καλή ταξιδιωτική εμπειρία, επηρεάζει το αίσθημα ενθουσιασμού και

πιστότητας, συντελώντας στην από-στόμα-σε-στόμα (word of mouth) διαφήμιση. Τα στοιχεία δείχνουν ότι είναι πάρα πολύ πιθανό (65%) να συστήσουν σε άλλους τη Κρήτη σαν τουριστικό προορισμό για ΑμεΑ, πολύ πιθανό για το 26%, μέτρια πιθανό για το 8% και ελάχιστα πιθανό για το 1% του δείγματος.



Γράφημα 5.51: Διάθεση τουριστών για θετικές συστάσεις

Το ενδεχόμενο επόμενης επίσκεψης στην Κρήτη φαίνεται αρκετά υψηλό για τα ΑμεΑ του δείγματος που έκαναν τις διακοπές τους φέτος στο νησί, καθώς το 86% των τουριστών δήλωσε ότι θα επέλεγε ξανά στο μέλλον το συγκεκριμένο προορισμό για διακοπές, ενώ το 14% διαφαίνεται ότι θα προτιμήσει άλλον προορισμό για τις επόμενες διακοπές του.



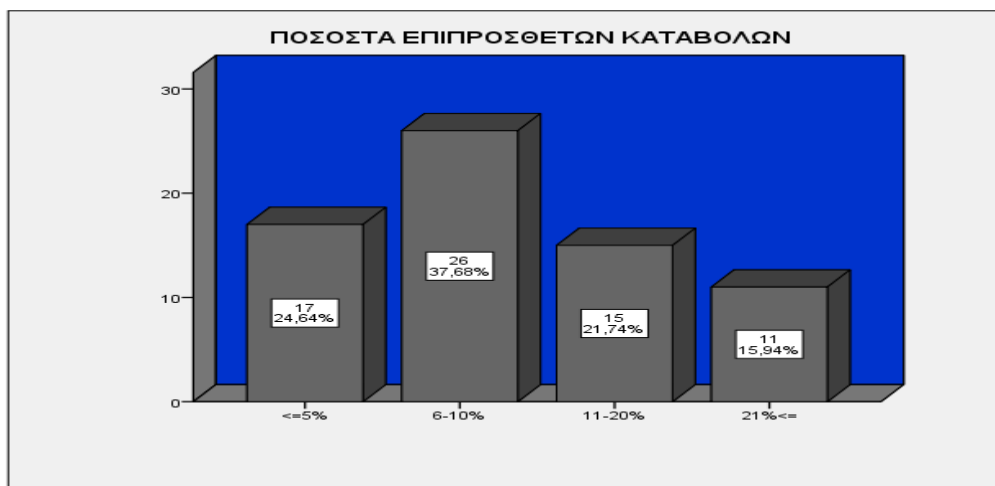
Γράφημα 5.52: Τάσεις τουριστών για επόμενη επίσκεψη στον ίδιο προορισμό

Οι ερωτώμενοι σύμφωνα με το **Γράφημα 5.53**, δήλωσαν κατά 69% διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για καλύτερες υποδομές προσβασιμότητας ενώ το 31% του δείγματος απάντησε ότι δεν θα επιθυμούσε να επιβαρυνθεί περαιτέρω χρεώσεων για καλύτερες υποδομές προσβασιμότητας.



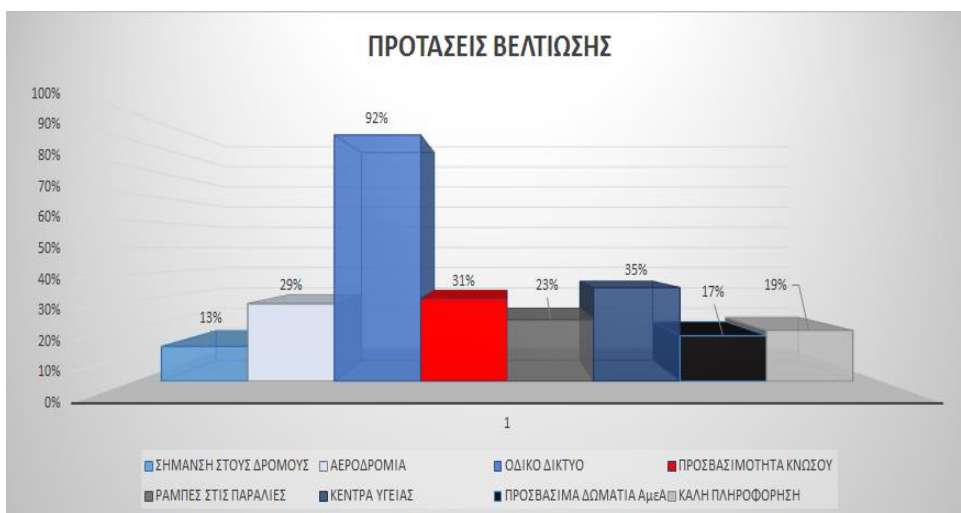
Γράφημα 5.53: Διάθεση επιπρόσθετων καταβολών για καλύτερη προσβασιμότητα

Οι ερωτώμενοι που δήλωσαν διατεθειμένοι να καλύψουν επιπρόσθετες χρεώσεις προκειμένου να χαιρούν καλύτερης εξυπηρέτησης αναφορικά με τις προσβάσιμες υποδομές και υπηρεσίες στις διακοπές τους (69 στους 100), απάντησαν πλειοψηφικά (37,68%) ότι θα πλήρωναν 6-10% παραπάνω από τον τρέχον προϋπολογισμό τους, ενώ κατά 24,64% θα πλήρωναν έως 5% παραπάνω. Οι υπόλοιποι τουρίστες δήλωσαν διατεθειμένοι να καταβάλουν ακόμα υψηλότερες τουριστικές δαπάνες με σκοπό την καλύτερη προσβασιμότητα στις τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες, αναφέροντας ότι, 21,74% εξ αυτών θα συμφωνούσε να πληρώσει 11-20% επιπλέον χρήματα και 15,94% εξ αυτών, θα κατέβαλλε περισσότερα από 20% παραπάνω δαπάνες για την κάλυψη αυτής της ανάγκης.



Γράφημα 5.54: Ποσοστά επιπρόσθετων χρηματικών καταβολών

Το **Γράφημα 5.55** αναφέρεται στα στοιχεία της τελευταίας ερώτησης της συγκεκριμένης Ενότητας και παρουσιάζει τις προτάσεις που εξέφρασαν οι τουρίστες με αναπηρία για τη βελτίωση του επιπέδου προσβασιμότητας στην Κρήτη. Οι προτάσεις αυτές ομαδοποιήθηκαν σε 8 κατηγορίες που αφορούσαν περιεκτικά στη βελίωση του οδικού δικτύου της Κρήτης (92%), στην ύπαρξη περισσότερων κέντρων υγείας στις τουριστικές περιοχές (35%), στη προσβασιμότητα της Κνωσού και άλλων αρχαιολογικών χώρων (31%), στην οργάνωση και διαρρύθμιση των αεροδρομίων (29%), στην τοποθέτηση ραμπών στις παραλίες (23%), και, στην αναγκαιότητα ύπαρξης καλής και ασφαλούς πληροφόρησης για τα προσβάσιμα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος (19%). Επίσης, οι τουρίστες αναφέρθηκαν στη παροχή περισσότερων και πιο προσεγγμένων δωματίων για τουρίστες με αναπηρία (17%) και στην αναγκαιότητα επαρκούς εφαρμογής κατάλληλων σημάτων στους δρόμους (13%).



Γράφημα 5.55: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού ΑμεΑ

Μέσα από τη διαδικασία συσχέτισης (χ^2) των χαρακτηριστικών της προσφοράς, παρουσιάζεται (Παράρτημα 2) ότι η εθνικότητα των ερωτώμενων δε συσχετίζεται με το συνολικό επίπεδο ικανοποίησης τους ($p=0,489 > 0,05$), όπως επίσης και η φύση της αναπηρίας δεν σχετίζεται στατιστικά με την ικανοποίηση από τη φιλικότητα της Κρήτης για τα ΑμεΑ ($p=0,406 > 0,05$), άρα τα μεγέθη αυτά είναι ανεξάρτητα. Ακόμα, η αντίληψη για το επίπεδο φιλικότητας/προσβασιμότητας της Κρήτης στα ΑμεΑ φαίνεται να είναι, επίσης, ανεξάρτητο και από την πιθανότητα να συστήσουν οι τουρίστες τον προορισμό σε τρίτους ($p=0,129 > 0,05$) και από την πιθανότητα επανεπίσκεψης στον προορισμό αυτό ($p=0,979 > 0,05$). Συνεπώς, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η πρόθεση των τουριστών ΑμεΑ του δείγματος για σύσταση και επανεπίσκεψη του προορισμού μάλλον συνδέεται με άλλους παράγοντες ή με έναν συνδυασμό άλλων παραγόντων και όχι αποκλειστικά από την ικανοποίησή τους από τη φιλικότητα/προσβασιμότητα του προορισμού.

Επίπρόσθετα, σύμφωνα με τα παραπάνω ευρήματα, οι ταξιδιώτες με αναπηρία δεν ήταν απόλυτα ικανοποιημένοι από την εσωτερική διαρρύθμιση των καταλυμάτων και τα ειδικά δωμάτια στα οποία φιλοξενήθηκαν, ενώ θεωρούν μόλις κατά 62% ότι υπάρχει καλή ανταπόκριση μεταξύ υποσχόμενων και πραγματικών ξενοδοχειακών υποδομών προσβασιμότητας. Τα στοιχεία αυτά, υποδηλώνουν τα περιθώρια βελτίωσης και την αναγκαιότητα περαιτέρω προσαρμογής των ξενοδοχειακών υποδομών στα πλαίσια της προσβασιμότητας, με γνώμονα τη βαθύτερη ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών με αναπηρία και όχι την ανάδειξη των ξενοδοχειακών μονάδων μέσω μιας ακόμα παροχής για τους πελάτες. Επίσης, όπως διαφαίνεται από

τα ποσοστά ικανοποίησης των τουριστών από την εξυπηρέτησή τους στο κατάλυμα, υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης και σε αυτόν τον τομέα, γεγονός που επιβεβαιώνει την αντίστοιχη άποψη των εκπροσώπων των ξενοδοχείων ότι οι υπάλληλοί τους είναι ανεπαρκώς εξοικειωμένοι με την εξυπηρέτηση ΑμεΑ, παρά την πεποίθησή τους ότι οι τουρίστες αυτοί εξυπηρετούνται αρκετά καλά από το προσωπικό των ξενοδοχείων.

Επιπροσθέτως, το επίπεδο προσβασιμότητας στα μέσα μεταφοράς, στα οποία υπάρχει πολύ καλή εξυπηρέτηση (79%), χαρακτηρίζεται μέτριο προς καλό (70%). Ωστόσο κατά 79% υπήρχαν αρνητικά σχόλια για οδικό δίκτυο της Κρήτης και τις υποδομές σε αυτό, και όπως παρατηρήθηκε και προηγουμένως στη διερεύνηση της προσφοράς, οι ερωτώμενοι εστιάσθηκαν αρκετά στις εν λόγω υποδομές στις προτάσεις βελτίωσης του γενικού επιπέδου φιλικότητας της Κρήτης στον τουρισμό ΑμεΑ.

Ακόμα, επαληθεύονται τα στοιχεία σχετικών ερευνών που παρουσιάστηκαν στο **Κεφάλαιο 3**, όπου σκιαγραφείται το προφίλ των τουριστών ΑμεΑ, καθώς επιβεβαιώνεται η άποψη ότι οι τουρίστες αυτοί δύνανται να καταβάλλουν μεγαλύτερα ποσά για καλύτερη προσβασιμότητα στον τουριστικό προορισμό που επιλέγουν (6-20% επιπρόσθετες δαπάνες κατά το 60% του συγκεκριμένου δείγματος) αφού αυτό θα βελτίωνε τη συνολική ταξιδιωτική τους εμπειρία (87%) ενώ είναι θετικοί στο να επιλέξουν ξανά στο μέλλον τον συγκεκριμένο προορισμό (86%).

Τέλος παρατηρείται ότι η Κρήτη αποτελεί έναν καλό προορισμό για τουρισμό ατόμων με αναπηρία καθώς οι περισσότεροι βρίσκουν καλό το επίπεδο προσβασιμότητας σε πολιτιστικούς κ.ά. χώρους (79%) και το γενικό επίπεδο φιλικότητας/καταλληλότητας του νησιού για τουρισμό ΑμεΑ (90%), γεγονός που δικαιολογεί και την πιστότητά τους στον προορισμό, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, και τη διάθεσή τους να συστήσουν τον προορισμό σε άλλους ανθρώπους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία, διερευνάται και παρουσιάζεται το αναγκαίο βιβλιογραφικό υπόβαθρο για την ένταξη στο εννοιολογικό πλαίσιο των παραμέτρων που συνθέτουν τον όρο «προσβάσιμος τουρισμός» και έπειτα διερευνώνται τα χαρακτηριστικά και το γενικό επίπεδο των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που απευθύνονται στους τουρίστες ΑμεΑ της Κρήτης. Η έρευνα, που διεξήχθη με χρήση δομημένων ερωτηματολογίων, είχε σκοπό την ταυτόχρονη συλλογή και διασταύρωση των στοιχείων και χαρακτηριστικών προσβασιμότητας από πλευράς προσφοράς (τουριστικά καταλύματα) και από πλευράς ζήτησης (τουρίστες με αναπηρία). Έτσι, παρόλο που τα ερωτήματα τοποθετήθηκαν με διαφορετικό τρόπο στα δύο είδη ερωτηματολογίων, επιτεύχθηκε μια κοινή ερευνητική πορεία κι ένα κοινό σημασιολογικό περιεχόμενο για τους σκοπούς της έρευνας, η οποία ανέδειξε τα μεγέθη και χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης προσβάσιμου τουρισμού, καθώς επίσης και, το επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη. Εξήχθησαν ακόμα, πολύτιμα συμπεράσματα, για το επίπεδο των εγκαταστάσεων και παροχών των τουριστικών καταλυμάτων που απευθύνονται στο καταναλωτικό κοινό των ΑμεΑ και αξιολογήθηκαν οι προσφερόμενες υπηρεσίες των βασικών χώρων τουριστικού ενδιαφέροντος.

Τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τα χαρακτηριστικά της ζήτησης του τουρισμού ΑμεΑ, είναι σε συμφωνία με αντίστοιχο το θεωρητικό πλαίσιο, του **Κεφαλαίου 3**, όπου παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά (προφίλ) των τουριστών με αναπηρία. Συγκεκριμένα, έπειτα από διασταύρωση των σχετικών στοιχείων, παρουσιάζονται τα εξής:

- *Οι τουρίστες με αναπηρία γίνονται πιο εύκολα αφοσιωμένοι πελάτες* αφού, σύμφωνα με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, οι περισσότεροι ερωτώμενοι (63%), είχαν επισκεφτεί την Κρήτη περισσότερες από 3 φορές.
- *Έχουν μεσαία και υψηλά εισοδήματα*, καθώς σύμφωνα με το 71% του δείγματος, ανήκουν σε μεσαία και υψηλή εισοδηματική τάξη.

- *Χρησιμοποιούν συστηματικά forums και blogs και κάνουν συστάσεις μέσω αυτών, καθώς, όπως αποδεικνύεται, οι συμμετέχοντες οργάνωσαν αυτόνομα το ταξίδι τους (72%), άρα είναι εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο και κατά συνέπεια με τη χρήση forums κ.τ.λ., και, κατά 65% δηλώνουν ότι είναι πιθανό να συστήσουν τον προορισμό (Κρήτη) σε άλλους.*
- *Διατίθενται να πληρώσουν περισσότερα χρήματα για καλύτερη προσβασιμότητα: Τα ευρήματα έδειξαν ότι οι τουρίστες με αναπηρία είναι κατά 69% διατεθειμένοι να καταβάλλουν επιπρόσθετα ποσά (για καλύτερη προσβασιμότητα). Ωστόσο, το 58% εξ αυτών, προτίθενται να καταβάλλει έως και 20% μεγαλύτερες δαπάνες, όχι όμως τις διπλάσιες δαπάνες, όπως υποστηρίζεται από τη θεωρία και άλλες έρευνες, που αναφέρονται στο **Κεφάλαιο 3**.*
- *Προτιμούν να ταξιδεύουν σε μεγάλα group, γεγονός που επιβεβαιώνει το 78% του δείγματος που ταξίδεψε με οικογένεια και οργανωμένα γκρουπ.*
- *Η βασικότερη προτεραιότητα (των ταξιδιωτών ΑμεΑ), στις παροχές προσβασιμότητας (ενός τουριστικού προορισμού), αφορά στη διάταξη του δωματίου και του μπάνιου, του καταλύματος που πρόκειται να επιλέξουν, γεγονός που συμφωνεί με την πλειοψηφία του δείγματος, που κατέταξε σε μεγαλύτερη κλίμακα προτεραιότητας τις εν λόγω υποδομές προσβασιμότητας του καταλύματος.*
- *Διαμένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα: Σύμφωνα με τους ερωτώμενους, η διαμονή τους ξεπερνάει τις 8 διανυκτερεύσεις (76%) την ίδια στιγμή που η μέγιστη διαμονή των συμβατικών τουριστών είναι χαμηλότερη από τις 7,8 ημέρες (ΙΝΣΕΤΕ, στοιχεία 2015).*
- *Οι τουριστικές δαπάνες (των ταξιδιωτών ΑμεΑ) είναι μεγαλύτερες: Σύμφωνα με το 94% του δείγματος, οι συνολικές κατά κεφαλήν δαπάνες, ανά ταξίδι, εκτιμάται ότι ξεπερνούν τις 2.000€ ενώ οι αντίστοιχες δαπάνες των συμβατικών ταξιδιωτών είναι 579,9€ (ΙΝΣΕΤΕ, στοιχεία 2015). Παρατηρείται ότι, στη βιβλιογραφική επισκόπηση, και συγκεκριμένα, στο **Κεφάλαιο 3**, αναφέρεται ότι οι εν λόγω δαπάνες των τουριστών ΑμεΑ είναι 1,16 φορές μεγαλύτερες, σε σχέση με τους μη-ανάπηρους ταξιδιώτες, ενώ σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία, οι δαπάνες των ερωτώμενων ήταν 3,4 φορές μεγαλύτερες σε σχέση με τους συμβατικούς ταξιδιώτες. Η απόκλιση αυτή είναι πιθανό να οφείλεται στο γεγονός ότι, η χρονική*

περίοδος διεξαγωγής της έρευνας, συνέπεσε με την περίοδο τουριστικής αιχμής κατά την οποία οι τιμές σε τουριστικά καταλύματα και μεταφορές είναι αρκετά υψηλότερες, και είναι συνεπώς εύλογο να αυξάνουν τη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανά ταξίδι.

Ακόμα, παρατηρείται συμπερασματικά, από την ταυτόχρονη επισκόπηση των αποτελεσμάτων της έρευνας στη τουριστική προσφορά και ζήτηση, ότι η πλειονότητα των ξενοδοχείων, διαθέτει αρκετά καλή προσβασιμότητα στους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους των εγκαταστάσεων, και, προσφέρει δωμάτια ΑμεΑ με καλή και προσεγγμένη διαρρύθμιση. Επίσης, διαφαίνεται ότι, η ζήτηση προσβάσιμου τουρισμού στην Κρήτη καλύπτεται σε αξιόλογα ποσοστά, παρόλο που η προσφορά ειδικών δωματίων για ΑμεΑ είναι ακόμα σε χαμηλά επίπεδα ανά κατάλυμα. Επιπρόσθετα, οι τουρίστες με αναπηρία που συμμετείχαν στη έρευνα, διαπιστώθηκε ότι είναι ικανοποιημένοι από τις τουριστικές παροχές και το επίπεδο προσβασιμότητας του νησιού, και θα συνιστούσαν σε άλλους τον προορισμό, ενώ δηλώνουν πιστοί σε αυτόν αφού έχουν επισκεφθεί το νησί αρκετές φορές. Ακόμα, αποδεικνύεται ότι διαμένουν στην Κρήτη για μεγαλύτερη περίοδο από τους συμβατικούς ταξιδιώτες και παρόλο που δαπανούν αρκετά χρήματα στις διακοπές τους, εξακολουθούν να είναι διατεθειμένοι να καταβάλλουν επιπρόσθετα χρηματικά ποσά προκειμένου να απολαμβάνουν καλύτερη προσβασιμότητα στις τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες.

Η βιομηχανία του τουρισμού, στην οποία στηρίζεται ένα μεγάλο μέρος του ΑΕΠ της Περιφέρειας της Κρήτης, οφείλει να αναγνωρίσει τα πλεονεκτήματα της καταναλωτικής ομάδας των τουριστών με αναπηρία και να λάβει μέτρα στόχευσης, ανάπτυξης και προώθησης του προσβάσιμου τουρισμού στην Κρήτη. Ο συγκεκριμένος προορισμός έχει μεγάλες προοπτικές και μπορεί να αναδειχθεί σαν πρότυπος τουριστικός προορισμός για άτομα με αναπηρία, όπως αποδεικνύουν οι αναγνωρισμένες προσπάθειες χωροταξικής βελτίωσης και μέριμνας, υπέρ της προσβασιμότητας, που έγιναν στην πόλη του Ρεθύμνου. Ωστόσο, το εύρος και η ποικιλομορφία του προορισμού, σε συνδυασμό με τα πολυδιάστατα οφέλη της εξειδίκευσης στον προσβάσιμο τουρισμό, καθιστούν επιτακτική τη λήψη νέων μέτρων και αποφάσεων σχετικά με τη βελτίωση του επιπέδου προσβασιμότητας των υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών σε όλα τα αστικά και τουριστικά κέντρα του νησιού.

Αρχικά, παρατηρείται από τα ευρήματα της παρούσας έρευνας ότι, το επίπεδο εξυπηρέτησης των τουριστών με αναπηρία στα καταλύματα αποδεικνύεται ότι χαίρει περαιτέρω βελτίωσης καθώς η εξοικείωση των εργαζομένων στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ και ειδικά το ποσοστό των εργαζομένων με κατάρτιση στη νοηματική γλώσσα, είναι σε χαμηλά επίπεδα. Επομένως, η προσφορά εξειδικευμένης εκπαίδευσης από πλευράς ξενοδόχων προς τους εργαζόμενους, αποτελεί το θεμέλιο λίθο στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και της αποδοτικότητας της κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης, παρόλο που αυτό χαρακτηρίζεται ως ελάχιστα χρήσιμο από τους ξενοδόχους (σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας).

Σε επίσης ιδιωτικό επίπεδο, οι ξενοδόχοι θα πρέπει να προβούν στην εφαρμογή του νόμου σχετικά με το ποσοστό διάθεσης δωματίων για ΑμεΑ και να αυξήσουν με τον τρόπο αυτό τη προσφορά προσβάσιμων δωματίων ανά κατάλυμα, και άρα, το συνολικό μέγεθος της προσφοράς προσβάσιμου τουρισμού στην Κρήτη. Επιπρόσθετα, και όπως αναδείχθηκε από την έρευνα, υπάρχει η ανάγκη επιπλέον προσαρμογών στις υποδομές των καταλυμάτων, που αφορούν συγκεκριμένα, στην τοποθέτηση ειδικών προσβάσιμων επιπέδων και ραμπών στις εισόδους των πισινών και στις παραλίες των ξενοδοχείων. Ακόμα, απαραίτητη κρίνεται από τους τουρίστες με αναπηρία, η ύπαρξη εξειδικευμένων ιατρικών κέντρων στις περιοχές με μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, όπως και η καλύτερη προσαρμογή των υποδομών προσβασιμότητας (parking, είσοδοι, WC κτλ.) στις επιχειρήσεις τουριστικού ενδιαφέροντος των μεγάλων αστικών κέντρων του νησιού.

Σε επίπεδο περιφέρειας και κράτους, οι αναγκαίες τροποποιήσεις και βελτιώσεις, αφορούν κυρίως το οδικό δίκτυο και τα αεροδρόμια της Κρήτης, στα οποία παρουσιάζονται οι σοβαρότερες ελλείψεις συγκριτικά με τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Είναι επίσης πολύ σημαντικό να ληφθεί μέριμνα, για την προσβασιμότητα των υπαίθριων πολιτιστικών χώρων και των δημόσιων παραλιών, καθώς επίσης και, η κατάλληλη προσαρμογή των δημόσιων μεταφορικών μέσων για την εξυπηρέτηση των τυφλών, κωφών και κινητικά εμποδιζόμενων ατόμων, τουριστών και πολιτών. Τέλος, συστήνεται με πολύ μεγάλο βαθμό σπουδαιότητας, η εφαρμογή ενός προσεγγμένου διαδικτυακού συστήματος για παροχή πλήρους και ασφαλούς πληροφόρησης των ΑμεΑ αλλά και η στοχευμένη προωθητική ανάδειξη των εγκαταστάσεων προσβασιμότητας της Κρήτης, μέσω κρατικών διαφημιστικών εκστρατειών, με στόχο την ενημέρωση και προσέλκυση του καταναλωτικού αυτού κοινού.

Το συγκριτικό πλεονεκτήμα, των τουριστικών επιχειρήσεων και των προορισμών που θα στοχεύσουν και θα επενδύσουν στον προσβάσιμο τουρισμό έναντι αυτών που θα παραμείνουν προσκολλημένοι στο μαζικό τουρισμό, έγκειται στη διαφορά του μεγέθους και του επιπέδου ανταγωνισμού μεταξύ των δύο αυτών αγορών, και συνεπώς στη μεγαλύτερη δυνατότητα ανάδειξης και υπεροχής των πρώτων.

Η διεξαγωγή εξειδικευμένων ερευνών στο θέμα του προσβάσιμου τουρισμού σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, και η ευρεία κοινοποίηση των αποτελεσμάτων τους, θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα βελτίωσης της εξοικείωσης της κοινωνίας με το θέμα της αναπηρίας και θα συμβάλει καταλυτικά στη συνειδητοποίηση των ωφελειών του προσβάσιμου τουρισμού. Η ενίσχυση της αντίληψης και γενικά της παιδείας που έχουμε σαν λαός στα θέματα της αναπηρίας και διαφορετικότητας είναι κεφαλαιώδους σημασίας για την επιτυχή συν έναξή μας στα ευρωπαϊκά πλαίσια τουριστικής ανάπτυξης σε ιδιωτικό και κρατικό επίπεδο. Έτσι, μια πιο φιλική και εξοικειωμένη με την αναπηρία κοινωνική αντίληψη σε συνδυασμό με τις προτάσεις πολιτικής που αναπτύχθηκαν παραπάνω, θα συντελέσει θετικά στην ανάδειξη των ωφελειών του προσβάσιμου τουρισμού της Κρήτης και στην εξέλιξή της ως πρότυπος τουριστικός προορισμός για τη μεγάλη καταναλωτική ομάδα των ανθρώπων με αναπηρία, που όπως αποδεικνύεται από τη βιβλιογραφική επισκόπηση και τα ευρήματα της έρευνας αποτελεί μια αγορά με πολύ καλά χαρακτηριστικά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αλεξανδράκη- Κριτσωτάκη, Ρ. 2000, *Τουριστική οικονομία*, Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα.

Αναγνωστόπουλος, Φ. & Ποταμιανός, Γ. 2008, *Κλινική ψυχολογία στην πράξη*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

Ανδριώτης, Κ. 2003, *Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός*, Σημειώσεις ΤΕΙ Ηρακλείου, σελ. 1-3.

Βαρβαρέσος, Στ. 1999, *Τουριστική ανάπτυξη και διοικητική αποκέντρωση*, Προπομπός, Αθήνα, σελ. 114-116.

Βενετσανοπούλου, Μ. 2006, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό - Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ. 15-20, 24-26, 34, 40, 46-80.

Βιτουλαδίτη, Ο. 2000, *Τουριστικό μάρκετινγκ φορέων, οργανώσεων και επιχειρήσεων: εγχειρίδιο μελέτης του βιβλίου marketing in travel and tourism*, τ. Α', Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα, , σελ. 18, 33-38, 47-58.

Δαουτόπουλος, Γ. 2005, *Αειφορική Ανάπτυξη της Ελληνικής Υπαίθρου*, Ζυγός, Θεσσαλονίκη.

Εδαφική Ατζέντα της Ευρωπαϊκής Ένωσης 2007, *Προς μία πιο ανταγωνιστική και βιώσιμη Ευρώπη με τις περιφερειακές της διαφορετικότητες*, Γερμανία.

Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων 2006, *Ανανεωμένη πολιτική της ΕΕ για τον τουρισμό: για μια ισχυρότερη σύμπραξη υπέρ του Ευρωπαϊκού Τουρισμού*.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση XXII- Τουρισμός (2003), *Για μια Ευρώπη προσβάσιμη σε τουρίστες με αναπηρία. Εγχειρίδιο για την τουριστική βιομηχανία*, μτφρ: Ελληνικός Οργανισμός τουρισμού, Ελλάδα: Νίκη Εκδοτική Α.Ε., Αθήνα.

Ζαχαράτος, Γ. 1988, *Τα προβλήματα και οι προοπτικές του τουρισμού στην Ελλάδα*, συλλογικό έργο "Η Ελλάδα προς το 2000", Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα.

Ζαχαράτος, Γ. 1994, *Διαστάσεις και περιεχόμενο της τουριστικής πολιτικής σήμερα*", Περιοδικό Οικονομικά Χρονικά (Τεύχος 77), Αθήνα, σελ. 28- 31.

Ζαχαράτος, Γ. 2000, *Τουριστική ανάπτυξη - πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*, στο «*Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*» Αυγερινού – Κολώνια Σ., Ζαχαράτος Γερ. et. al. (επιμέλεια Π. Τσάρτας). Εξάντας, Αθήνα, σελ. 39-67.

Ζωνιού- Σιδέρη, Α. 1996, *Οι ανάπηροι και η εκπαίδευσή τους. Μια ψυχοπαιδαγωγική προσέγγιση της ένταξης*, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π 1998, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Interbooks, Αθήνα, σελ.: 23, 130-140, 162-164.

Ηγουμενάκης, Ν. 1990, *Τουριστική Πολιτική*, Interbooks, Αθήνα, σελ. 46-47, 57.

Ηγουμενάκης, Ν. & Κραβαρίτης, Κ. 2004, *Τουρισμός Βασικές Έννοιες*, INTERBOOKS, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Ν. 2000, *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, Interbooks, Αθήνα.

Θεοδωράκης, Γ. 2010, *Άσκηση, ψυχική υγεία και ποιότητα ζωής*, Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη.

Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης 2008, *Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους Φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης*.

Ιωσηφίδης, Θ. 2008, *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Καρασούλα,Κ. 2010, Επιβλέπον καθηγητής Αναστάσιος, Γ., Διπλωματική Εργασία "Η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας στον Τουριστικό Τομέα. Η περίπτωση του Νομού Αχαΐας και η ανάπτυξη των Ειδικών και Εναλλακτικών μορφών Τουρισμού". Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα MBA: Νέες Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πανεπιστήμιο Πατρών. σελ. 30 - 33.

Κοκκώσης, Χ.& Τσάρτας, Π. 2001, *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Κριτική, Αθήνα, σελ. 91-109.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. 2011, *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και Προσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού*, Κριτική, Αθήνα.

Κολτσιδόπουλος Γ. 2003, *Ελληνική τουριστική γεωγραφία*, Έλλην, Αθήνα.

Κολτσιδόπουλος Γ. 2005, *Τουρισμός: θεωρητική προσέγγιση*, Έλλην, Αθήνα.

Κραβαρίτης Κ. 1994, *Επαγγελματικός τουρισμός συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων*, Interbooks, Αθήνα.

Κυριαζή Ν., 1999, *Η κοινωνιολογική έρευνα: κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνών*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

Λαγός, Δ. 2005, *Τουριστική οικονομική*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, σελ. 41.

Λαγού, Κ. 2006, *Άτομα με ειδικές ανάγκες και αναπηρίες*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.

Λύτρας Π. 2004, *Κοινωνιολογία και ψυχολογία του τουρισμού*, Interbooks, Αθήνα.

Μοίρα, Π. 2009, *Θρησκευτικός Τουρισμός*, Interbooks, Αθήνα.

Παπαγεωργίου Γ. 2004, *Μέθοδοι στην κοινωνιολογική έρευνα*, ΤΥΠΩΘΗΤΩ, Αθήνα.

Σιμόπουλος, Κ. 1994, *Ξένοι Ταξιδιώτες στην Ελλάδα*, τ. Α', Εκδόσεις Πιρόγα, σελ. 21-28

Σταθόπουλος, Ν. 2005, *Κοινωνική Πρόνοια*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Σφακιανάκης, Μ. 2000, *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα, σελ. 73, 81-86.

Τσάρτας, Π. 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας 1996.

Τσάρτας, Π. 1998, *Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα, σελ. 257-265.

Τσάρτας, Π. 1995, *Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου*, ΕΚΚΕ Αθήνα, σελ. 105.

Τσάρτας, Π. 2000, *Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης*, στο «*Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*», Αυγερινού – Κολώνια Σ., Ζαχαράτος Γερ. et. al. (επιμέλεια Π. Τσάρτας), Εξάντας, Αθήνα, σελ. 189 – 211.

Τσάρτας Π., Μανώλογλου Ε. & Μάρκου Α. 2001, *Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού*, ΕΚΚΕ, Αθήνα.

Τσάρτας Π. 2010, *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη: Χαρακτηριστικά, Διερευνήσεις, Προτάσεις*, Κριτική, Αθήνα.

Θεσμικά κείμενα

Γενικός Οικοδομικός Κανονισμός, Ν. 1577/1985, ΦΕΚ 210/Α'/18.12.1985 Ν. 2831/2000, ΦΕΚ 140/Α'/13.6.2000 Ν. 3057/2002, ΦΕΚ 239/Α'/10.10.2002 Ν. 3230/2004.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Auxter, D., Adams, R.C., & McCubbin, J.A. 1991, *Games, sports and exercises for the physically disabled*, Lee and Febiger, Philadelphia.

Barton, L. & Oliver, M. 1997, *Disability Studies: Past, Present and Future*, Leeds, Oxford shire.

Blichfeldt, B.S & Nicolaisen, J. 2011, *Disabled Travel: not easy, but doable*, Current issues in tourism, σελ. 79 -102.

Bowtell, J. 2014, *Accessing the Market attractiveness and development of the Accessible Tourism Industry in Europe: A focus on major travel and leisure companies*, Loughborough University, Loughborough.

Buhalis, D. & Costa, C. 2006, *Tourism Management Dynamics: Trends, management and tools*, Routledge, Oxford.

Buhalis, D. & Darcy, S. 2010, *Accessible Tourism: Concepts and Issues*, Channel View Publications, Bristol, σελ. 1-10, 23-30, 79-91, 98-100, 140-147, 174-187.

Darcy, S. 1998, *Anxiety to Access: The tourism patterns and experiences of new South Wales people with a physical disability*, Tourism New South Wales, Sydney.

Darcy, S., & Dickson, T. 2009, *A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences*. Journal of Hospitality and Tourism Management, σελ. 1-9, 14-18, 21-22.

Darcy, S. 2010, *Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences*. University of Technology, Sydney, σελ. 1-12, 14-16, 23, 26-32.

Finkelstein, V., 1980, *Attitudes and Disabled People*. Geneva: World Health Organization.

Hahn, H. 1986, *Toward a Politics of Disability: Definitions, Disciplines, and Policies*, University of Southern California, California.

Hunziker, W. & Krapf, K. 1942, *Outline of the general teaching of tourism*, Ζυρίχη.

Israeli, A. 2002, *A preliminary investigation of the importance of site accessibility factors for disabled tourists*, Journal of Travel Research, σελ. 101-104.

Khor, PH., Ibrahim, I. & Chiu L.K. 2013, *Sport Tourism: Physically-disabled Sport Tourists' Orientation*, Elsevier, σελ. 257-269.

Mace, R., Hardie, G. & Place, J. 1996, *Accessible Environments: Toward Universal Design*, Van Nostrand Reinhold, New York.

Martin, J.J., Mushett, C.A. & Smith, K.L. 1995. *Athletic identity and sport orientation of adolescent swimmers with disabilities*. *Adapted Physical Activity Quarterly*, Human Kinetics Publishers, σελ. 12, 113 -123.

Mathieson, A. & Harlow G.W. 1982, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, UK.

McIntosh, R. & Goeldner, C. 1990 *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Wiley, New York.

Middleton V., *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*, Μετάφραση Ε. Αντώνογλου, Επιμέλεια Π. Τσάρτας, Υπεύθυνος Σειράς Γ. Ζαχαράτος, Π. Τσάρτας, Κριτική, 2004, Αθήνα.

Oliver, M. 2009, *Αναπηρία και πολιτική*. μετάφραση: Θάλεια Μπεκερίδου. Επίκεντρο.

Ray, N. M., & Ryder, M. E. 2003, «*Eibilities*» *tourism: An exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled*, Tourism Management.

Shaw, G & Coles, T. 2004, *Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey*, Tourism Management, σελ. 25, 155 -172, 397- 403.

Walterspiel, G. 1974, *Fremdenverkehr*, Στουτγάρδη.

World Tourism Organization 1998, *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*, Madrid.

Yau, M. K., McKercher, B., & Packer, T. L. 2004, *Traveling with a disability: More than an Access Issue*. *Annals of Tourism Research*, σελ. 946-960.

Zabriskie, Ramon B., Lundberg, Neil R., & Groff, Diane G. 2005. *Quality of Life and Identity: The Benefits of a Community-Based Therapeutic Recreation and Adaptive Sports Program*, *Therapeutic Recreation Journal*, σελ. 39, 176 - 191.

Διαδικτυακές Πηγές

Αλεξιάκης, Γ. 2016, Ο τουρισμός ανάχωμα για την ανεργία, [Online], Reporter. Available from: <http://www.reporter.gr/Eidhseis/Oikonomia/299855-O-toyrismos-anachwma-gia-thn-nergia>, <http://www.protothema.gr/travelling/article/563593/wttc-467-dis-euro-i-sumvoli-tou-tourismou-sto-aep-tis-elladas-mehri-to-2026/%20> [2017].

Accessible travel, *Accessible Travel in Greece*, [Online], Available from: <http://www.accessibletravel.gr/> [2017].

Accessible dream, *Προσβάσιμος Τουρισμός στην Ελλάδα*, [Online], accessible dream. Available from: <http://www.accessibledream.com/> [2017].

ameaplus.gr, *ΑμεΑ & Στατιστικά*, [Online], ameaplus.gr. Available from: <http://www.ameaplus.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CE%B1-%CF%83%CE%B5%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%B8%CE%BC%CE%BF%CF%8D%CF%82> [2017].

Danchev, S. & Παρασιώκας, N. 2012, *Η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία*, IOBE, [Online]. Available from: http://iobe.gr/docs/research/res_05_e_01092012rep_gr.pdf [2017].

Dolnicar, S. 2008, *Market segmentation in tourism*, [Online], University of Wollongong. Available from: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1597&context=commpapers> [2017].

Ελληνική Εταιρία Προστασίας Της Φύσης. 2017. Γαλάζιες Σημαίες 2017 - Βραβευμένες ακτές και μαρίνες, [Online], Available from:

<https://eepf.gr/el/blueflags-2016-greek-beaches-marinas> [2017].

Enterprise Greece, Invest & Trade. Τουρισμός, [Online], Enterprise Greece. Available from: <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependyseis/ependytikoi-tomeis/toyrismos> [2017].

Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. 2000, *Χάρτης Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, [Online], ΕΕ. Available from: http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_el.pdf [2017].

ΕΤΤΑΔ. 2007, *Η κατανόηση της αναπηρίας – Ένας πρακτικός Οδηγός*, [Online], ΕΤΤΑΔ. Available from: [file:///C:/Users/beyaz%20tavsan/Downloads/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BD%CF%8C%CE%B7%CF%83%CE%B7%20%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%82%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/beyaz%20tavsan/Downloads/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BD%CF%8C%CE%B7%CF%83%CE%B7%20%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%82%20(1).pdf) [2017] σελ. 22.

Eurostat. 2016, *World Tourism Day: 1 in 5 tourism nights of EU residents spent by tourists aged 65 or over*, Eurostat, [Online], Available from: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7664325/4-26092016-AP-EN.pdf/59bc5872-a0e0-4666-99b3-073a82672e71> [2017].

Eurostat 2006, *Accessibility Market and Stakeholder Analysis: One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE)*, Eurostat, [Online], Available from:

http://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf [2017].

Ζαφειρόπουλος, Κ., *Είδη ερευνών*, [Online], Available from: http://compus.uom.gr/YEP109/document/lectures/lecture_03/erwthseis.pdf [2017].

Ζιουμπιλούδη, Α., *Αθλητικός τουρισμός και Άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ) - Προσβασιμότητα και προοπτικές*, [Online], Ιδρυματικό Αποθετήριο Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Available from: <http://ir.lib.uth.gr/handle/11615/2039> [2017].

Θεοδωρίδου, Β. 2015, *Ελλάδα & Τουρισμός για ΑμεΑ: Η προσβασιμότητα είναι δικαίωμα όλων*, [Online], trivago. Available from: <http://room5.trivago.gr/286-ellada-kai-tourismos-gia-amea/> [2017].

INVEST in GREECE agency, *Τουρισμός*, [Online], ENTERPRICE GREECE. Available from: <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependyseis/ependytikoi-tomeis/toyrismos> [2017].

INSETE. 2016, *Ελληνικός Τουρισμός: Εξελίξεις – Προοπτικές*, [Online], INSETE. Available from: <http://sete.gr/media/5444/periodiki-meleti-ellinikos-tourismos-teyhos-1.pdf>) [2017].

INSETE. *Ο Τουρισμός στην Ελληνική Οικονομία, 2014-2015*, [Online], INSETE. Available from: http://www.insete.gr/Portals/0/meletes/Symvolh_Tourismou_14_15.pdf [2017].

Ικκος, Α. 2006, *Προσβάσιμος Τουρισμός*, [Online], Available from: <http://slideplayer.gr/slide/1960871/> [2017].

Κεντέλλα, Ε. & Κόλα, Μ. 2016, *Έρευνα ικανοποίησης τουριστών ΑμεΑ: η περίπτωση του Ηρακλείου Κρήτης*, [Online], TEI of Crete. Available from: <https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/7808>, [2017].

Mace, R. 1997, *THE PRINCIPLES OF UNIVERSAL DESIGN*, [Online], NC State University, The Center for Universal Design. Available from: https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm [2017].

MAZI TRAVEL & EVENTS. *Μαρίνες στην Ελλάδα*, [Online], MAZITRAVEL. Available from: <https://www.mazi.travel/CBEA8A10.el.aspx> [2017].

Μυλωνά, Ι., Ποιοτικοί μέθοδοι έρευνας, [Online], Available from: <http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/modules/document/file.php/DMC180/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B7.pdf> [2017],

Ξαρχουλάκου, Α. 2008, *Η έννοια του τουρισμού και η προσβασιμότητα για τα ΑΜΕΑ στον Ν. Ηρακλείου*, [Online], Available from: https://apothesis.lib.teicrete.gr/bitstream/handle/11713/7484/Xarchoulakou_Anastasia_2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y, [2017].

Open Doors Organization 2003, *Disability Travel in the United States: Recent Research and Findings*, Chicago, IL, U.S., [Online], Available from: <http://opendoorsnfp.org/wp-content/uploads/2016/05/TRANSED-2007-Paper.pdf> [2017].

Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης των Ηνωμένων Εθνών. 2014, *Σύμβαση για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία και Προαιρετικό Πρωτόκολλο*, [Online], UNRIC. Available from: https://www.unric.org/el/index.php?option=com_content&view=article&id=46 [2017].

Πρώτο Θέμα 2016, WTTC: 46,7 δισ. ευρώ η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας μέχρι το 2026, [Online], Πρώτο Θέμα. Available from: <http://www.protothema.gr/travelling/article/563593/wttc-467-dis-euro-i-sumvoli-tou-tourismou-sto-aep-tis-elladas-mehri-to-2026/> [2017].

Ράπτη, Β. *Εγχειρίδιο Εκπαιδευόμενου: Ο Εκπρόσωπος του Τουρισμού*, [Online], Available from: <https://www.scribd.com/document/342464496/%CE%BF-%CE%95%CE%BA%CF%80%CF%81%CF%8C%CF%83%CF%89%CF%80%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D> [2017], σελ. 19.

Τράπεζα της Ελλάδος 2015, *Οικονομικό Δελτίο Τεύχος 42*, [Online], Ίδρυμα Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών της Τράπεζας της Ελλάδος. Available from: <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/oikodelt201512.pdf> [2017].

Tobea, SEATRAC, [Online], Available from: <http://www.tobea.gr/> [2017].

Tourismosgiaamea, [Online], Available from: <http://www.tourismosgiaamea.com/> [2017].

Χορήγηση κάρτας πολιτισμού. Available from:
<http://www.disabled.gr/lib/?p=13257> [2017]

Χριστοφή, Μ. 2013, *Προσβασιμότητα και Αναπηρία*, [Online], Team Work Communication, Available from: <file:///C:/Users/beyaz%20tavsan/Downloads/4-Christofi.pdf> [2017].

UNESCO. World Heritage Convention, [Online], UNESCO. Available from:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/GR> [2017].

UPIAS. 1977, *Fundamental Principles of Disability*, [Online], The Union of the Physically Impaired Against Segregation. Available from: <http://disability-studies.leeds.ac.uk/files/library/UPIAS-fundamental-principles.pdf> [2017].

WHO, 2001, *International Classification of Functioning, Disability and Health: ICF*, [Online], WHO. Available from:
http://www.who.int/classifications/icf/icf_more/en/ [2017].

Wikimarkt, *Τμηματοποίηση της αγοράς*, [Online], wikimarkt. Available from:
<http://wikimarkt.wikispaces.com/%CE%A4%CE%BC%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE%B7%CF%83%CE%B7+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82>

World Health Organization. Disabilities, [Online], WHO. Available from:
<http://www.who.int/topics/disabilities/en/> [2017].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Ερωτηματολόγιο Ξενοδοχείων



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

**Ερωτηματολόγιο καταγραφής των υποδομών προσβασιμότητας των
ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων στην περιφέρεια της Κρήτης.**

Το παρόν ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε στα πλαίσια της Διπλωματικής Εργασίας της επί πτυχίω φοιτήτριας του ΤΜΟΔ, Στάθουλου Όλγας και πρόκειται να χρησιμοποιηθεί *αποκλειστικά* και με *ακέρατη ανωνυμία* για τους ερευνητικούς σκοπούς της εν λόγω εργασίας, τη διερεύνηση και αξιολόγηση, δηλαδή, του επιπέδου των προσβάσιμων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών στα καταλύματα της Κρήτης.

Ενότητα Α : Προσβάσιμος Τουρισμός

1. Υπάρχουν ράμπες για κίνηση αμαξιδίων στους περιβάλλοντες χώρους του ξενοδοχείου;

ΝΑΙ

ΌΧΙ

2. Υπάρχουν εργαζόμενοι που γνωρίζουν τη νοηματική γλώσσα;

ΝΑΙ ΌΧΙ

3. Υπάρχουν στο ξενοδοχείο ειδικά διαμορφωμένα δωμάτια για άτομα με αναπηρία (ειδικά κρεβάτια, ειδικά διαμορφωμένες τουαλέτες, κτλ.);

ΝΑΙ ΌΧΙ

4. Αν απαντήσατε «ΝΑΙ»: Πόσα ειδικά διαμορφωμένα δωμάτια διαθέτει η επιχείρησή;

1 2 3-5 5 <

5. Πόσους τουρίστες με αναπηρία φιλοξενείτε ετησίως στο κατάλυμα;

0 1-10 11-24 25-30 31-70 71 ≤

6. Οι πελάτες με αναπηρία που εξυπηρετείτε είναι κατά κύριο:

Αλλοδαποί Ημεδαποί

7. Σε μία κλίμακα από το 1(Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ), ποιος είναι ο βαθμός συμφωνίας σας με τα παρακάτω;

	1 Καθόλου	2 Λίγο	3 Μέτρια	4 Αρκετά	5 Πάρα πολύ
Θεωρείτε ότι οι πελάτες με αναπηρία εξυπηρετούνται ποιοτικά από την ξενοδοχειακή σας επιχείρηση;					
Πόσο εξοικειωμένοι είναι οι εργαζόμενοι σας με την εξυπηρέτηση τουριστών με αναπηρία;					
Πόσο χρήσιμο θα ήταν για την επιχείρησή να εκπαιδεύσει τους εργαζομένους της στην εξυπηρέτηση ΑμεΑ;					

Αποτελεί ο τουρισμός με αναπηρία μία σημαντική αγορά για την επιχείρησή σας;					
Θεωρείτε ότι η περιφέρεια της Κρήτης διαθέτει κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση προσβάσιμου τουρισμού;					
Θεωρείτε ότι στα μουσεία και στους επισκέψιμους χώρους της Κρήτης υπάρχει μέριμνα στις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση του προσβάσιμου τουρισμού;					
Αποτελεί για εσάς ο προσβάσιμος τουρισμός έναν ελκυστικό τομέα για μελλοντική επιχειρηματική εξειδίκευσή σας;					
Θεωρείτε ότι ο προσβάσιμος τουρισμός παρουσιάζει τάσεις ανάπτυξης στην Ελλάδα?					
Θεωρείτε ότι ο προσβάσιμος τουρισμός παρουσιάζει τάσεις ανάπτυξης διεθνώς?					

8. Τι θεωρείτε ότι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή να υλοποιηθεί, ώστε η Κρήτη να καταστεί ένας περισσότερο φιλικός προορισμός για τουρισμό ατόμων με αναπηρία;

.....
.....
.....

Ενότητα Β : Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείου

9. Πόσα χρόνια λειτουργεί το ξενοδοχείο σας;
≤10 11-20 21-30 31-40 41-60 61≤
10. Το κατάλυμα λειτουργεί σε βάση:
Εποχική Ετήσια
11. Ποια είναι η κατάταξη του ξενοδοχείου σας;
<3 * 3-4 * 5* ≤
12. Ποια η δυναμική του ξενοδοχείου σας σε δωμάτια;
≤ 20 21-50 51-100 101≤

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!

Ερωτηματολόγιο Τουριστών με Αναπηρία (Ελληνικά)



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Ερωτηματολόγιο καταγραφής των υποδομών προσβασιμότητας των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων στην περιφέρεια της Κρήτης.

Το παρόν ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε στα πλαίσια της Διπλωματικής Εργασίας της επί πτυχίω φοιτήτριας του ΤΜΟΔ, Στάθουλου Όλγας και πρόκειται να χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά και με *ακέραιη ανωνυμία* για τους ερευνητικούς σκοπούς της εν λόγω εργασίας, τη διερεύνηση και αξιολόγηση, δηλαδή, του επιπέδου των προσβάσιμων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών στα καταλύματα της Κρήτης.

Ενότητα Α : Χαρακτηριστικά ταξιδιού

1. Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί την Κρήτη;
 ≤ 2 3-8 9 \leq
2. Για ποιους λόγους επισκέπτεστε την Κρήτη;
Επαγγελματικούς Πολιτιστικούς
Ψυχαγωγία και διασκέδαση Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους
Ξεκούραση και αναψυχή Για λόγους υγείας
Άλλο. Προσδιορίστε.....
3. Πώς οργανώσατε το ταξίδι σας;

Αυτόνομα

Μέσω τουριστικού πρακτορείου

4. Κατά την οργάνωση του ταξιδιού σας, με ποια σειρά προτεραιότητας αναζητήσατε πληροφορίες προσβασιμότητας στις παρακάτω υποδομές (1= Χαμηλότερη προτεραιότητα, 5= Ύψιστη προτεραιότητα):

Προσπελάσιμοι αρχαιολογικοί και άλλοι χώροι

Προσβάσιμα μέσα μεταφοράς

Διαμορφωμένα δωμάτια και τουαλέτες στα καταλύματα

Προσβάσιμοι κοινόχρηστοι χώροι στο κατάλυμα

Προσπελάσιμη εξωτερική διαρρύθμιση του καταλύματος (πάρκινγκ, ράμπες, κτλ.)

Άλλο. Προσδιορίστε.....

5. Ταξιδεύετε:

Μόνος/η

Με προσωπικό βοηθό/συνοδό

Με οικογένεια/φίλους/σύντροφο

Με οργανωμένο γκρουπ

6. Διαμένετε σε:

Ξενοδοχείο κατηγορίας: $\geq 2^*$ $3-4^*$ $5^* \leq$

Ενοικιαζόμενα δωμάτια/Πανσιόν

Κάμπινγκ

Ιδιωτικά καταλύματα

Άλλο. Προσδιορίστε.....

7. Ποια είναι η διάρκεια του ταξιδιού σας σε μέρες?

≤ 1 2-7 8-14 15-25 $26 \leq$

8. Πόσα χρήματα (σε ευρώ) θεωρείτε ότι θα ξοδέψετε συνολικά για το συγκεκριμένο ταξίδι σας?

Ενότητα Β : Αξιολόγηση Υποδομών Προσβασιμότητας

9. Σε μία κλίμακα από το 1 (Απαράδεκτο) έως το 5 (Πολύ Καλό) παρακαλώ απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις:

Πως θα χαρακτηρίζατε:	1 Απαράδεκτο	2 Ανεπαρκές	3 Μέτριο	4 Καλό	5 Πολύ καλό
Το επίπεδο προσβασιμότητας των εξωτερικών χώρων του καταλύματος που διαμένετε;					
Το επίπεδο προσβασιμότητας των εσωτερικών κοινόχρηστων χώρων του καταλύματος;					
Τη διαρρύθμιση του χώρου και της τουαλέτας του δωματίου που μένετε;					
Το επίπεδο ανταπόκρισης των υποσχόμενων προσβάσιμων υποδομών του ξενοδοχείου σε σχέση με τις πραγματικές προσπελάσιμες υποδομές;					
Το επίπεδο εξυπηρέτησης σας από την πλευρά των εργαζομένων στο κατάλυμα που διαμένετε;					

Το συνολικό επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στο κατάλυμα που διαμένετε;					
Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στα μέσα μεταφοράς;					
Το επίπεδο εξυπηρέτησάς από την πλευρά των εργαζομένων στα μέσα μεταφοράς;					
Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στο οδικό δίκτυο στην περιοχή που διαμένετε;					
Το επίπεδο προσβάσιμων υποδομών στους πολιτιστικούς χώρους (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κλπ.), που επισκεφτήκατε;					
Το επίπεδο φιλικότητας/προσβασιμότητας της Κρήτης, ως τουριστικό προορισμό για ΑμεΑ;					

10. Σε μία κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) ποιος είναι ο βαθμός συμφωνίας σας με τα παρακάτω;

	1 Καθόλου	2 Ελάχιστα	3 Μέτρια	4 Πολύ	5 Πάρα πολύ
Πόσο θα βελτίωνε την ταξιδιωτική σας εμπειρία ένα καλύτερο επίπεδο προσβασιμότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και υποδομές;					
Πόσο πιθανό είναι να συστήσετε σε φίλους ή συγγενείς σας τον συγκεκριμένο προορισμό;					

11. Θα επισκεπτόσασταν ξανά τον προορισμό (Κρήτη) για διακοπές;

Ναι Όχι

12. Θα ήσασταν διατεθειμένος να πληρώσετε παραπάνω για καλύτερη προσβασιμότητα;

Ναι Όχι

13. Αν απαντήσατε «ΝΑΙ»: Πόσο παραπάνω θα πληρώνατε;

≤ 5% 6-10% 11-20% 21% ≤

14. Τι θεωρείτε ότι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή να υλοποιηθεί ώστε η Κρήτη να καταστεί ένας περισσότερος φιλικός προορισμός για τουρισμό ατόμων με αναπηρία;

.....

.....

.....

Ενότητα Γ : Χαρακτηριστικά ερωτηθέντος

15. Φύλο: Άνδρας Γυναίκα

16. Ηλικία: 18-30 31-45 46-65 66 και άνω

17. Χώρα προέλευσης:

Ελλάδα Ην. Βασίλειο Γερμανία Σκανδιναβία

Ρωσία Άλλο: Προσδιορίστε.....

18. Επίπεδο Εκπαίδευσης:

Υποχρεωτική Εκπαίδευση Απόφοιτος Τεχνικών Σχολών

Ανώτερη ή Ανώτατη Εκπαίδευση Μάστερ/Διδακτορικό

19. Ετήσιο Εισόδημα:

Χαμηλό Μεσαίο Υψηλό

20. Φύση Αναπηρίας: Κινητική Αισθητηρίων οργάνων Άλλο

21. Απασχολείτε προσωπικό βοηθό/συνοδό στη καθημερινότητά σας ;

Ναι Όχι

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!

Ερωτηματολόγιο Τουριστών με Αναπηρία (Αγγλικά)



UNIVERSITY OF AEGEAN

SCHOOL OF BUSINESS

DEPARTMENT OF FINANCIAL AND MANAGEMENT ENGINEERING

Questionnaire for the evaluation of tourist accessibility infrastructures in the region of Crete.

This questionnaire was developed in the framework of the Diploma Thesis of the student of the T.M.O.D. (Department of Financial and Management Engineering), Stathoglou Olga, and is going to be used exclusively and anonymously for the research purpose of this study which is the exploration and evaluation of the level of accessible tourist infrastructure and accommodation services in Crete.

Section A: Travel Features

1. How many times have you been in Crete?
 ≤ 2 3-8 $9 \leq$
2. What reason are you visiting Crete for?

Professional	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>
Entertainment	<input type="checkbox"/>	Visit to relatives and friends	<input type="checkbox"/>
Relaxation and Pleasure	<input type="checkbox"/>	Health reasons	<input type="checkbox"/>
Other. Define.....	<input type="checkbox"/>		
3. How did you book your trip?
By myself Through travel agency

4. In which order of priority (1 = Lower Priority, 5 = Highest Priority) did you seek accessibility information on the following infrastructures when organizing your trip?

- Accessible archaeological and other places
- Accessible means of transport
- Accessible rooms and toilets in accommodation
- Accessible communal areas at the hotel
- Accessible exterior arrangement/design of the accommodation (parking, ramps, etc.)
- Other. Specify.....

5. You are traveling:

- Alone
- With a personal assistant / escort
- With family / friends / companion
- With organized group

6. You are staying in:

- Hotel: $\geq 2^*$ $3-4^*$ $5^* \leq$
- Rental apartments / Pansion
- Camping
- Private accommodation
- Other. Specify.....

7. How many days is the duration of this particular trip?

- ≤ 1 2-7 8-14 15-25 $26 \leq$

8. What is the budget for this trip (in euros)?

Section B: Assessment of Accessibility Infrastructures

9. Please answer the following questions, on a scale from 1 (Inacceptable) to 5 (Very Good):

What is your opinion on:	1 Inacceptable	2 Insufficient	3 Moderate	4 Good	5 Very good
The accessibility level of the exterior areas of the accommodation you live in?					
The accessibility level of the indoor public areas of the accommodation you live in?					
The layout design of the room and toilet that you live in?					
The level of response to the hotel's promising accessible infrastructure compared to actual accessible infrastructure?					
The quality of service concerning to the employees in your accommodation?					
The total accessibility level in the accommodation you live in?					
The accessibility level in the field of transport infrastructure?					
The quality of service concerning to the employees in the					

means of transport?					
The accessibility level of the road network in the area where you live in?					
The level of accessible infrastructure in the cultural sites (museums, archaeological sites, etc.) that you have visited?					
The general accessibility level of the island of Crete as a destination for disabled tourism?					

10. In which level do you agree with the followings, on a scale from 1 (Not at all) to 5 (Too much)

	1 Not at all	2 Min	3 Moderate	4 Much	5 Very much
How much would a better level of accessibility to tourism services and infrastructure improve your certain travel experience?					
How likely is it for you to recommend this destination to your friends and relatives?					

11. Would you be willing to visit this destination (Crete) for vacation again?

Yes

No

12. Would you be willing to pay more for better accessibility?

Yes No

13. If your answer was "YES": How much money would you pay more?

≤ 5% 6-10% 11-20% 21% ≤

14. What do you think could be improved or implemented so that Crete becomes a friendlier destination for accessible tourism?

.....
.....
.....

Section C: Characteristics of the respondent

15. Gender: Male Female

16. Age: 18-30 31-45 46-65 66 and more

17. Country of origin:

Greece U.K Germany Scandinavia
Russia Other: Specify.....

18. Level of Education:

Compulsory Education Graduate of Technical Schools
Higher/Highest Education Master / Doctorate

19. Annual Income:

Low Medium High

20. Disability: Kinetics Sensory organs Other

21. Do you employ a personal assistant in your everyday life?

Yes No

Thank you very much for your time!

Ερωτηματολόγιο Τουριστών με Αναπηρία (Γερμανικά)



Universität der Ägäis

FAKULTÄT MANAGEMENT

Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen und Management

Fragebogen einzuloggen Zugänglichkeit der touristischen Infrastruktur in der Region Kreta.

Dieser Fragebogen wurde im Rahmen der Diplomarbeit, von der Studentin Stathoglou Olga, der T.M.O.D (Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen und Management), geschrieben und wird ausschließlich in Anonymität zu Forschungszwecken dieser Arbeit, Untersuchung und Bewertung, verwendet werden, b.z.w Zugänglichkeit niveau der Tourismus-Infrastruktur Dienstleistung im Beherbergungsgewerbe auf Kreta.

Modul A: Travel Merkmale

1. Wie oft haben Sie Kreta besucht?

≤ 2 3-8 9 ≤

2. Warum besuchen Sie Kreta?

Geschäftsreise	<input type="checkbox"/>	Kulturreise	<input type="checkbox"/>
Unterhaltung und Vergnügen	<input type="checkbox"/>	Besuch bei Verwandten und Freunden	<input type="checkbox"/>
Gründen	<input type="checkbox"/>	Aus gesundheitlichen	<input type="checkbox"/>
Sonstiges:	<input type="checkbox"/>		

3. Wie organisieren Sie Ihre Reise?

Selbstständig Durchs Reisebüro

4. Wenn Sie Ihre Reise organisieren, mit welcher Priorität suchen Sie Informationen, über die Zugänglichkeit folgender Infrastrukturen (1 = niedrigste Priorität, 5 = höchste Priorität):

- Erreichbare archäologische und andere Orte
- Erreichbarer Transport
- Eingerichtete Zimmer und Toiletten in der Unterkunft
- Zugängliche Öffentliche Bereiche der Unterkunft
- Zugängliche Ausseneinrichtungen (Parkkrampen, etc.)
- Sonstiges:

5. Reisen Sie:

- Allein
- Mit persönlichem Assistent / Begleiter
- Mit Familie / Freunde / Partner
- Mit einer organisierten Gruppe

6. Wohnen Sie:

- Class Hotel: ≤ 2 * 3-4 * 5 * ≤
- Gästehaus / Pension
- Campingplatz
- Privatunterkunft
- Sonstiges:

7. Was ist die Dauer der Reise in Tagen?

- ≤ 1 2-7 8-14 15-25 26≤

8. Wie viel Geld (in Euro) glauben Sie, das Sie für Ihre Reise ausgeben?

.....
.....

Abschnitt B: Infrastrukturs bewertung der Zugänglichkeit

9. Auf einer Skala von 1 (unzulässig) bis 5 (sehr gut) folgender Fragen, Bitte beantworten Sie:

Wie würden Sie beschreiben	1 Unzulässig	2 Ungenügend	3 Mäßig	4 Gut	5 Sehr gut
Das Niveau der Zugänglichkeit von der Außenseite der Unterkunft, in der Sie wohnen?					
Das Niveau der Zugänglichkeit der Innen-öffentlichen Bereichen der Anlage?					
Die Einrichtung und der Toilettenraum in dem Sie wohnen?					
Das Entsprechungs niveau der vielversprechender Zugänglichkeit der Hotel-Infrastruktur in Bezug auf die wirkliche zugängliche Infrastruktur?					
Das Kundenservice niveau, in dem Sie wohnen?					
Die Gesamthöhe der zugänglichen Infrastruktureinrichtung, wo Sie wohnen?					
Das Niveau der zugänglichen Infrastruktur in den Bereichen Verkehr?					
Das Kundenservice niveau der Mitarbeiter in den Bereichen Verkehr?					
Das Niveau der zugänglichen Infrastruktur in Straßen in Ihrer Nähe?					

Das Niveau der zugänglichen Infrastrukturen zu kulturellen Orten (Museen, archäologischen Städten, etc.), die Sie besucht haben?					
Das Niveau der Freundlichkeit / Zugänglichkeit auf Kreta als Reiseziel für Menschen mit Behinderungen?					

10. Auf einer Skala von 1 (gar nicht) bis 5 (sehr viel), was ist der Grad der Zustimmung mit dem folgenden?

	1 Gar nicht	2 Sehr wenig	3 Mäßig	4 Sehr	5 Sehr viel
Würde Ihre Reiseerfahrungen verbessern, ein besser Zugang zu touristischen Dienstleistungen und Infrastrukturen?					
Wäre es möglich, Freunden oder Verwandten dieses bestimmte Reiseziel zu empfehlen?					

11. Würden Sie wieder dieses Reiseziel (Kreta) für Ihren Urlaub besuchen?

Ja Nein

12. Wären Sie bereit, mehr für eine bessere Zugänglichkeit zu bezahlen?

Ja Nein

13. Wenn Sie mit „Ja“ beantwortet: Wie viel würden Sie bezahlen?
≤ 5% 6-10% 11-20% 21% ≤

14. Was glauben Sie, könnte verbessert oder eingeführt werden, so dass Kreta eine freundliche Tourismus-Destination für Menschen mit Behinderungen wird?

.....
.....
.....

Abschnitt C: Eigenschaften Befragter

15. Geschlecht: Männlich Weiblich

16. Alter: 18-30 31-45 46-65 66 oder mehr

17. Herkunftsland:

Griechenland Grossbritannien Deutschland
Skandinavien Russland

Sonstiges.....

18. Bildung:

Schulpflicht Graduate Technical School
Höhere Bildung Master / Ph.D.

19. Jahreseinkommen: (Einkommen Rang;)

Niedrig Mittel Hoch

20. Behinderung Natur: Kinetik Sinnesorgane Andere

21. Beschäftigen Sie Assistent / Begleitpersonal in Ihrem täglichen Leben?

Ja Nein

Vielen Dank für Ihre Zeit!

3. Как спланировали поездку?

Самостоятельно

Через туристическое агентство

4. При планировании у поездки, с какой очередью вы искали доступность следующих услуг (1 = низший приоритет, 5 = наивысший приоритет):

Доступность археологических и других достопримечательностей

Доступный транспорт

Специально оборудованные номера и туалеты в них.

Доступность общественных помещений в отелях

Удобный доступ с улицы (парковка, пандусы и т.д.)

Другое. Укажите.....

5. Вы путешествуете:

Один / Одна

С личным помощником / компаньоном

С семьёй / друзьями / партнёром

Организованная группа

6. Проживаете в:

Отель категории: $\geq 2^*$ $3-4^*$ $5^* \leq$

Апартаменты / Пансион

Кемпинг (палаточный городок)

Частный дом

Другое. Укажите.....

7. Какова продолжительность Вашей поездки в днях;

≤ 1 2-7 8-14 15-25 $26 \leq$

8. Какую сумму в общем вы рассчитываете потратить на вашу поездку (в евро)?

.....

Раздел Б: Оценка доступности учреждений

9. По шкале от 1 (недопустимый) до 5 (очень хорошо) Пожалуйста, ответьте на следующие вопросы:

Как бы вы оценили:	1 недоступно	2 недостаточно	3 умеренно	4 хорошо	5 очень хорошо
Уровень доступности наружных помещений в отеле где вы проживаете?					
Уровень доступности внутренних общественных помещений в отеле?					
Планировка комнаты и туалета в вашем номере?					
Соотношение обещанных услуг с предоставляемыми на самом деле?					
Уровень обслуживания Вас					

работниками отеля?					
Уровень доступности услуг предоставляе мый общественны м транспортом?					
Уровень обслуживания со стороны сотрудников общественног о транспорта?					
Состояние и доступность дорог и тротуаров для передвижения в районе вашего отдыха?					
Уровень доступности культурных мест (музеи, археологическ ие объекты и т.д.), которые вы посетили?					

Уровень дружелюбия / доступности острова Крит как туристическое направление для людей с ограниченными возможностями?					
--	--	--	--	--	--

10. По шкале от 1 (совсем) до 5 (очень) какова степень Вашего согласия на следующие вопросы?

	1 Нет	2 Не совсем	3 Мало	4 Хорошо	5 Отлично
На сколько улучшилось бы Ваше путешествие если бы был лучший доступ в сфере туристических услуг ?					
На сколько вероятно, что Вы порекомендуете своим друзьям или родственникам					

это направление ?					
-------------------	--	--	--	--	--

11. Вы посетили бы еще раз о.Крит для отдыха?

Да Нет

12. Вы были бы готовы заплатить больше за лучшие услуги доступности?

Да Нет

13. Если вы ответили «Да»: На сколько больше вы заплатили бы?

≤ 5% 6-10% 11-20% 21% ≤

14. Как вы считаете, что бы помогло острову Крит стать более удобным направлением для людей с ограниченными возможностями?

.....

Раздел В: Информация о Вас

15. Пол: Мужской Женский

16. Возраст: 18-30 31-45 46-65 66 или более

17. Место рождения /проживания :

Греция США Великобритания Германия
 Скандинавия Россия Другое: Укажите.....

18. Образование:

Школа Техническая школа - Техник УМ
 Высшее образование Магистратура / Ph.D.

19. Годовой доход:

Низкий Средний Высокий

20. Инвалидность: В передвижении Органы чувств

Другая

21. У вас есть помощник/ сопровождающий в вашей повседневной жизни?

Да

Нет

Большое спасибо за ваше время!

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ

Παρουσίαση Πίνακα Συχνοτήτων ανά Ενότητα ερωτήσεων:

Ερωτηματολόγιο Ξενοδοχείων

Ενότητα Α: Προσβάσιμος Τουρισμός

Πίνακας 1: Ύπαρξη ραμπών στους περιβάλλοντες χώρους του καταλύματος

ΡΑΜΠΕΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	149	82,8	82,8
	OXI	31	17,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0

Πίνακας 2: Ειδική κατάρτιση εργαζομένων

ΓΛΩΣΣΑ ΝΟΗΜ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	7	3,9	3,9
	OXI	173	96,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0

Πίνακας 3: Ύπαρξη Δωματίων ΑμεΑ στο κατάλυμα

ΔΩΜΑΤΙΑ ΑΜΕΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	126	70,0	70,0	70,0
OXI	54	30,0	30,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 4: Προσφορά δωματίων ΑμεΑ ανά κατάλυμα

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	99	55,0	55,0	55,0
2	24	13,3	13,3	68,3
3-5	2	1,1	1,1	69,4
5>	1	,6	,6	70,0
ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ	54	30,0	30,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 5: Ζήτηση ανά κατάλυμα

ΖΗΤΗΣΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	79	43,9	43,9	43,9
1-10	48	26,7	26,7	70,6
11-24	30	16,7	16,7	87,2
25-30	12	6,7	6,7	93,9
31-70	9	5,0	5,0	98,9
71>=	2	1,1	1,1	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 6: Κύρια εντοπιότητα τουριστών

ΕΝΤΟΠΙΟΤΗΤΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΛΛΟΔΑΠΗ	180	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 7: Εξυπηρέτηση πελατών από τους ξενοδοχειακούς υπαλλήλους

ΕΞΥΠ_ΠΕΛΑΤΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΛΙΓΟ	42	23,3	23,3	23,3
ΜΕΤΡΙΑ	29	16,1	16,1	39,4
Valid ΑΡΚΕΤΑ	79	43,9	43,9	83,3
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	16,7	16,7	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,54
Std. Error of Mean		,077

Πίνακας 8: Επίπεδο εξοικείωσης εργαζομένων στην εξυπηρέτησης ΑμεΑ

ΕΞΟΙΚ. ΕΡΓΑΖ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	,6	,6	,6
ΛΙΓΟ	16	8,9	8,9	9,4
ΜΕΤΡΙΑ	99	55,0	55,0	64,4
ΑΡΚΕΤΑ	28	15,6	15,6	80,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	36	20,0	20,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,46
Std. Error of Mean		,069

Πίνακας 9: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για προσφορά κατάρτισης στους εργαζομένους

ΕΚΠΑΙΔ. ΕΡΓΑΖ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	58	32,2	32,2	32,2
ΛΙΓΟ	26	14,4	14,4	46,7
ΜΕΤΡΙΑ	63	35,0	35,0	81,7
ΑΡΚΕΤΑ	14	7,8	7,8	89,4
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19	10,6	10,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		2,50
Std. Error of Mean		,097

Πίνακας 10: Παρούσα σημαντικότητα αγοράς προσβάσιμου τουρισμού

ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΓΟΡΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	24	13,3	13,3	13,3
ΛΙΓΟ	39	21,7	21,7	35,0
ΜΕΤΡΙΑ	56	31,1	31,1	66,1
ΑΡΚΕΤΑ	34	18,9	18,9	85,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	27	15,0	15,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,01
Std. Error of Mean		,093

Πίνακας 11: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης

ΥΠΟΔ ΚΡΗΤΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	1	,6	,6	,6
ΛΙΓΟ	1	,6	,6	1,1
ΜΕΤΡΙΑ	79	43,9	43,9	45,0
ΑΡΚΕΤΑ	81	45,0	45,0	90,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	18	10,0	10,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,63
Std. Error of Mean		,052

Πίνακας 12: Αξιολόγηση προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων

ΥΠΟΔ ΠΟΛΙΤ ΧΩΡΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΛΙΓΟ	6	3,3	3,3	3,3
ΜΕΤΡΙΑ	35	19,4	19,4	22,8
ΑΡΚΕΤΑ	127	70,6	70,6	93,3
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	12	6,7	6,7	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,81
Std. Error of Mean		,045

Πίνακας 13: Ενδιαφέρον ξενοδόχων για ενασχόληση με τουρισμό αναπήρων

ΕΝΔΙΑΦ ΑΓΟΡΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	31	17,2	17,2	17,2
ΛΙΓΟ	42	23,3	23,3	40,6
ΜΕΤΡΙΑ	56	31,1	31,1	71,7
ΑΡΚΕΤΑ	29	16,1	16,1	87,8
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	22	12,2	12,2	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		2,83
Std. Error of Mean		,093

Πίνακας 14: Αξιολόγηση της εγχώριας ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού

ΤΑΣΕΙΣ ΕΓΧΩΡ ΑΓΟΡ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	19	10,6	10,6	10,6
ΛΙΓΟ	31	17,2	17,2	27,8
ΜΕΤΡΙΑ	78	43,3	43,3	71,1
ΑΡΚΕΤΑ	33	18,3	18,3	89,4
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19	10,6	10,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		3,01
Std. Error of Mean		,082

Πίνακας 15: Αξιολόγηση της διεθνούς ανάπτυξης προσβάσιμου τουρισμού

ΤΑΣΕΙΣ ΔΙΕΘΝ ΑΓΟΡ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΚΑΘΟΛΟΥ	16	8,9	8,9	8,9
ΛΙΓΟ	13	7,2	7,2	16,1
ΜΕΤΡΙΑ	13	7,2	7,2	23,3
ΑΡΚΕΤΑ	47	26,1	26,1	49,4
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	91	50,6	50,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	180
	Missing	0
Mean		4,02
Std. Error of Mean		,096

**Πίνακας 16: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού
ΑμεΑ**

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΠΑΙΔΕΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΑΙΔΕΙΑ	135	75,0	100,0	100,0
Missing System	45	25,0		
Total	180	100,0		

ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ	180	100,0	100,0	100,0

ΚΡΑΤΙΚΑ ΚΟΝΔΥΛΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΡΑΤΙΚΑ ΚΟΝΔΥΛΙΑ	143	79,4	100,0	100,0
Missing System	37	20,6		
Total	180	100,0		

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ	48	26,7	100,0	100,0
Missing System	132	73,3		
Total	180	100,0		

ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	92	51,1	100,0	100,0
Missing System	88	48,9		
Total	180	100,0		

Ενότητα Β: Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείου

Πίνακας 17: Ηλικιακή κατάταξη καταλυμάτων

ΗΛΙΚΙΑ ΞΕΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<=10	8	4,4	4,4	4,4
11-20	13	7,2	7,2	11,7
21-30	21	11,7	11,7	23,3
Valid 31-40	36	20,0	20,0	43,3
41-60	37	20,6	20,6	63,9
61<=	65	36,1	36,1	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 18: Περίοδος λειτουργίας καταλυμάτων

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΕΠΟΧΙΚΗ	135	75,0	75,0	75,0
ΕΤΗΣΙΑ	45	25,0	25,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 19: Κατάταξη προδιαγραφών καταλυμάτων

ΚΑΤΑΤΑΞΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<3*	62	34,4	34,4	34,4
Valid 3*-4*	91	50,6	50,6	85,0
5*<=	27	15,0	15,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Πίνακας 20: Δυναμική καταλυμάτων

ΔΥΝΑΜΙΚΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <3*	62	34,4	34,4	34,4
Valid 3*-4*	91	50,6	50,6	85,0
Valid 5*≤	27	15,0	15,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Ερωτηματολόγιο Τουριστών με Αναπηρία

Ενότητα Α : Χαρακτηριστικά ταξιδιού

Πίνακας 21: Συχνότητα επισκέψεων των τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη

ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΚΡΗΤΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤2	37	37,0	37,0	37,0
Valid 3-8	44	44,0	44,0	81,0
Valid 9>=	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 22: Λόγοι επίσκεψης τουριστών με αναπηρία στην Κρήτη

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ	15	15,0	100,0	100,0
Missing System	85	85,0		
Total	100	100,0		

ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ	98	98,0	100,0	100,0
Missing	System	2	2,0		
Total		100	100,0		

ΞΕΚΟΥΡΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΞΕΚΟΥΡΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗ	89	89,0	100,0	100,0
Missing	System	11	11,0		
Total		100	100,0		

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ	75	75,0	100,0	100,0
Missing	System	25	25,0		
Total		100	100,0		

ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΕ ΣΥΓΓΕΝΕΙΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΕ ΣΥΓΓΕΝΕΙΣ	48	48,0	100,0	100,0
Missing	System	52	52,0		
Total		100	100,0		

ΛΟΓΟΙ ΥΓΕΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΟΓΟΙ ΥΓΕΙΑΣ	36	36,0	100,0	100,0
Missing	System	64	64,0		
Total		100	100,0		

Πίνακας 23: Τρόπος οργάνωσης ταξιδιών

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΥΤΟΝΟΜΑ	72	72,0	72,0	72,0
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 24: Προτεραιότητα

ΥΨΗΛΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΔΙΑΜΟΡΦΩΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΑΛΕΤΕΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΙ ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ ΣΤΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	35	35,0	35,0	35,0
28	28,0	28,0	63,0	
37	37,0	37,0	100,0	
Total	100	100,0	100,0	

ΧΑΜΗΛΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΛΛΟ	16	16,0	16,0	16,0
ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΑ ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	43	43,0	43,0	59,0
ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΚΑΙ ΑΛΛΟΙ ΧΩΡΟΙ	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 25: Συνοδεία τουριστών με αναπηρία στις διακοπές τους

ΣΥΝΟΔΕΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΜΟΝΟΣ	9	9,0	9,0	9,0
ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΥΝΟΔΟ/ΒΟΗΘΟ	13	13,0	13,0	22,0
ΜΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ/ΦΙΛΟΥΣ/ΣΥΝ ΤΡΟΦΟ	65	65,0	65,0	87,0
ΜΕ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΓΚΡΟΥΠ	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 26: Τύπος διαμονής τουριστών

ΔΙΑΜΟΝΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ <=2*	9	9,0	9,0	9,0
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ 3*-4*	39	39,0	39,0	48,0
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ 5*=<=	32	32,0	32,0	80,0
ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ/ΠΑΝΣΙΟΝ	11	11,0	11,0	91,0
ΚΑΜΠΙΝΓΚ	2	2,0	2,0	93,0
ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 27: Διάρκεια διαμονής τουριστών

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >=1	3	3,0	3,0	3,0
2-7	21	21,0	21,0	24,0

8-14	49	49,0	49,0	73,0
15-25	17	17,0	17,0	90,0
26>=	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 28: Χρηματικός προϋπολογισμός τουριστών με αναπηρία για διακοπές

ΠΡΟΥΠ_ΧΡΗΜΑΤΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<=1000	6	6,0	6,0	6,0
<=2000	30	30,0	30,0	36,0
<=3000	35	35,0	35,0	71,0
Valid <=4000	15	15,0	15,0	86,0
5000<=	7	7,0	7,0	93,0
5000<	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ενότητα Β : Αξιολόγηση Υποδομών Προσβασιμότητας

Πίνακας 29: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εξωτερικών χώρων καταλύματος

ΠΡΟΣΒ_ΕΞΩΤ_ΧΩΡΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	12	12,0	12,0	12,0
ΜΕΤΡΙΟ	17	17,0	17,0	29,0
Valid ΚΑΛΟ	30	30,0	30,0	59,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,00
Std. Error of Mean		,103

Πίνακας 30: Αξιολόγηση προσβασιμότητας εσωτερικών χώρων καταλύματος

ΠΡΟΣΒ ΕΣΩΤ ΧΩΡΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	11	11,0	11,0	11,0
ΜΕΤΡΙΟ	35	35,0	35,0	46,0
Valid ΚΑΛΟ	37	37,0	37,0	83,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,60
Std. Error of Mean		,090

Πίνακας 31: Αξιολόγηση διαρρύθμισης δωματίων ΑμεΑ

ΔΙΑΡΡΥΘΜ ΔΩΜΑΤ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟ	4	4,0	4,0	4,0
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	19	19,0	19,0	23,0
Valid ΜΕΤΡΙΟ	15	15,0	15,0	38,0
ΚΑΛΟ	42	42,0	42,0	80,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,55
Std. Error of Mean		,113

Πίνακας 32: Αξιολόγηση ανταπόκρισης υποσχόμενων υποδομών και υπηρεσιών

ΣΥΓΚΡ_ΥΠΟΣΧ_ΜΕ_ΠΡΑΓΜ_ΧΩΡ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ANEΠAPKEΣ	7	7,0	7,0	7,0
METPPIO	31	31,0	31,0	38,0
Valid KΑΛO	32	32,0	32,0	70,0
ΠOΛY KΑΛO	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,85
Std. Error of Mean		,094

Πίνακας 33: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στο κατάλυμα

ΕΠΙΠΕΔO_ΕΞΥΠ_ΔΙΑΜΟΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΠΑΡΑΔΕΚΤO	2	2,0	2,0	2,0
ANEΠAPKEΣ	5	5,0	5,0	7,0
Valid METPPIO	29	29,0	29,0	36,0
KΑΛO	31	31,0	31,0	67,0
ΠOΛY KΑΛO	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,88
Std. Error of Mean		,100

Πίνακας 34: Αξιολόγηση συνολικού επιπέδου προσβασιμότητας καταλύματος

ΣΥΝ ΕΠΙΠ ΠΡΟΣΒ ΧΩΡΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	8	8,0	8,0	8,0
ΜΕΤΡΙΟ	14	14,0	14,0	22,0
Valid ΚΑΛΟ	42	42,0	42,0	64,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,06
Std. Error of Mean		,091

Πίνακας 35: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας μεταφορικών μέσων

ΥΠΟΔ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	11	11,0	11,0	11,0
ΜΕΤΡΙΟ	45	45,0	45,0	56,0
Valid ΚΑΛΟ	25	25,0	25,0	81,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,52
Std. Error of Mean		,093

Πίνακας 36: Αξιολόγηση επιπέδου εξυπηρέτησης στα μεταφορικά μέσα

ΕΠΙΠ ΕΞΥΠ ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	5	5,0	5,0	5,0
ΜΕΤΡΙΟ	16	16,0	16,0	21,0
Valid ΚΑΛΟ	63	63,0	63,0	84,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3,90
Std. Error of Mean		,072

Πίνακας 37: Αξιολόγηση οδικού δικτύου Κρήτης

ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟ	8	8,0	8,0	8,0
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	39	39,0	39,0	47,0
Valid ΜΕΤΡΙΟ	32	32,0	32,0	79,0
ΚΑΛΟ	16	16,0	16,0	95,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		2,71
Std. Error of Mean		,100

Πίνακας 38: Αξιολόγηση επιπέδου προσβασιμότητας πολιτιστικών χώρων

ΠΡΟΣΒ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙ ΧΩΡΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟ	3	3,0	3,0	3,0
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	7	7,0	7,0	10,0
ΜΕΤΡΙΟ	11	11,0	11,0	21,0
ΚΑΛΟ	17	17,0	17,0	38,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	62	62,0	62,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,28
Std. Error of Mean		,110

Πίνακας 39: Αξιολόγηση υποδομών Κρήτης

ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΚΡΗΤΗΣ ΓΙΑ ΑΜΕΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	1	1,0	1,0	1,0
ΜΕΤΡΙΟ	9	9,0	9,0	10,0
ΚΑΛΟ	15	15,0	15,0	25,0
ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,64
Std. Error of Mean		,069

Πίνακας 40: Επιρροή υποδομών προσβασιμότητας στη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία

ΒΕΛΤ ΤΑΞΙΔ ΚΑΛΥΤ ΕΠΙΠ ΠΡΟΣΒ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΜΕΤΡΙΑ	13	13,0	13,0	13,0
ΠΟΛΥ	49	49,0	49,0	62,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,25
Std. Error of Mean		,067

Πίνακας 41: Διάθεση τουριστών για θετικές συστάσεις

ΠΙΘΑΝ ΣΥΣΤΑΣΕΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	1,0	1,0	1,0
ΜΕΤΡΙΑ	8	8,0	8,0	9,0
ΠΟΛΥ	26	26,0	26,0	35,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	65	65,0	65,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,55
Std. Error of Mean		,069

Πίνακας 42: Τάσεις τουριστών για επόμενη επίσκεψη στον ίδιο προορισμό

ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	86	86,0	86,0	86,0
OXI	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 43: Διάθεση επιπρόσθετων καταβολών για καλύτερη προσβασιμότητα

ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΚΑΛΥΤ ΠΡΟΣΒ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	69	69,0	69,0	69,0
OXI	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 44: Ποσοστά επιπρόσθετων χρηματικών καταβολών

ΠΟΣΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΘΑ ΠΛΗΡΩΝΑΤΕ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <=5%	17	17,0	24,6	24,6
6-10%	26	26,0	37,7	62,3
11-20%	15	15,0	21,7	84,1
21%<=	11	11,0	15,9	100,0
Total	69	69,0	100,0	
Missing System	31	31,0		
Total	100	100,0		

Πίνακας 45: Προτάσεις βελτίωσης της Κρήτης σαν προορισμός τουρισμού ΑμεΑ

ΣΗΜΑΝΣΗ ΣΤΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	ΣΗΜΑΝΣΗ ΣΤΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ	13	13,0	100,0	100,0
Missing	System	87	87,0		
Total		100	100,0		

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ	29	29,0	100,0	100,0
Missing	System	71	71,0		
Total		100	100,0		

ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ	92	92,0	100,0	100,0
Missing	System	8	8,0		
Total		100	100,0		

ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΝΩΣΟΥ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΝΩΣΟΥ	31	31,0	100,0	100,0
Missing	System	69	69,0		
Total		100	100,0		

ΡΑΜΠΕΣ ΣΤΙΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΡΑΜΠΕΣ ΣΤΙΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ	23	23,0	100,0	100,0
Missing	System	77	77,0		
Total		100	100,0		

ΚΕΝΤΡΑ ΥΓΕΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΕΝΤΡΑ ΥΓΕΙΑΣ	35	35,0	100,0	100,0
Missing	System	65	65,0		

Total	100	100,0		
-------	-----	-------	--	--

ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΑμεΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΑμεΑ	17	17,0	100,0	100,0
Missing System	83	83,0		
Total	100	100,0		

ΚΑΛΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΛΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ	19	19,0	100,0	100,0
Missing System	81	81,0		
Total	100	100,0		

Ενότητα Γ : Χαρακτηριστικά ερωτηθέντος

Πίνακας 46: Φύλο ερωτηθέντων τουριστών

ΦΥΛΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΝΔΡΑΣ	64	64,0	64,0	64,0
Valid ΓΥΝΑΙΚΑ	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 47: Ηλικία ερωτηθέντων τουριστών

ΗΛΙΚΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-30	4	4,0	4,0	4,0
Valid 31-45	9	9,0	9,0	13,0
Valid 46-65	21	21,0	21,0	34,0

66 ΚΑΙ ΑΝΩ	66	66,0	66,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 48: Χώρα προέλευσης ερωτηθέντων τουριστών

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΆΛΛΟ	18	18,0	18,0	18,0
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	20	20,0	20,0	38,0
ΕΛΛΑΔΑ	11	11,0	11,0	49,0
Valid ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	14	14,0	14,0	63,0
ΡΩΣΙΑ	22	22,0	22,0	85,0
ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 49: Εκπαίδευση τουριστών

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	22	22,0	22,0	22,0
Valid ΑΝΩΤΕΡΗ Ή ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	46	46,0	46,0	68,0
ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ	13	13,0	13,0	81,0
ΜΑΣΤΕΡ/ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 50: Εισοδηματική κατάταξη τουριστών

ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΧΑΜΗΛΟ	29	29,0	29,0	29,0

ΜΕΣΑΙΟ	17	17,0	17,0	46,0
ΥΨΗΛΟ	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 51: Φύση αναπηρίας ερωτηθέντων τουριστών

ΦΥΣΗ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΙΝΗΤΙΚΗ	41	41,0	41,0	41,0
ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ	29	29,0	29,0	70,0
ΆΛΛΟ	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας 52: Καθημερινή απασχόληση συνοδού αναπήρων

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΥΝΟΔΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΝΑΙ	19	19,0	19,0	19,0
ΟΧΙ	81	81,0	81,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Παρουσίαση Πινάκων Συσχετίσεων:

1) ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ - ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

ΚΑΤΑΤΑΞΗ * ΕΚΠΑΙΔ_ΕΡΓΑΖ Crosstabulation

Count		ΕΚΠΑΙΔ_ΕΡΓΑΖ					Total
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
ΚΑΤΑΤΑΞΗ	<3*	15	9	26	4	8	62
	3*-4*	35	13	28	6	9	91
	5*≤	8	4	9	4	2	27
Total		58	26	63	14	19	180

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,378 ^a	8	,605
Likelihood Ratio	6,065	8	,640
Linear-by-Linear Association	,792	1	,373
N of Valid Cases	180		

a. 4 cells (26,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,10.

2) ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ - ΜΕΛΜΟΝΤΙΚΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ

ΔΥΝΑΜΙΚΗ * ΕΝΔΙΑΦ_ΑΓΟΡΑΣ Crosstabulation

Count		ΕΝΔΙΑΦ_ΑΓΟΡΑΣ					Total
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
ΔΥΝΑΜΙΚΗ	≤20	2	4	5	2	2	15
	21-50	13	10	16	9	4	52
	51-100	9	11	22	8	11	61
	101≤	7	17	13	10	5	52
Total		31	42	56	29	22	180

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,500 ^a	12	,572
Likelihood Ratio	10,165	12	,601
Linear-by-Linear Association	,189	1	,663
N of Valid Cases	180		

a. 5 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,83.

3) ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ - ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

ΧΩΡΑ_ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ * ΣΥΝ_ΕΠΙΠ_ΠΡΟΣΒ_ΧΩΡΩΝ Crosstabulation

Count

		ΣΥΝ ΕΠΙΠ ΠΡΟΣΒ ΧΩΡΩΝ				Total
		ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	ΜΕΤΡΙΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	
ΧΩΡΑ_ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΆΛΛΟ	0	2	6	10	18
	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1	2	12	5	20
	ΕΛΛΑΔΑ	0	2	3	6	11
	ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2	1	7	4	14
	ΡΩΣΙΑ	2	4	9	7	22
	ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ	3	2	5	4	14
Total		8	13	42	36	99

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,481 ^a	15	,489
Likelihood Ratio	15,473	15	,418
N of Valid Cases	99		

a. 14 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,89.

4) ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΚΡΗΤΗΣ - ΦΥΣΗ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ

ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ * ΦΥΣΗ_ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ Crosstabulation

Count		ΦΥΣΗ_ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ			Total
		ΚΙΝΗΤΙΚΗ	ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ	ΆΛΛΟ	
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ	ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	0	0	1	1
	ΜΕΤΡΙΟ	5	3	1	9
	ΚΑΛΟ	4	4	7	15
	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	31	22	21	74
Total		40	29	30	99

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	6,153 ^a	6	,406
Likelihood Ratio	6,448	6	,375
Linear-by-Linear Association	,081	1	,776
N of Valid Cases	99		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,29.

5) ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΚΡΗΤΗΣ - ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ * ΠΙΘΑΝ_ΣΥΣΤ_ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ Crosstabulation

Count		ΠΙΘΑΝ_ΣΥΣΤ_ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ				Total
		ΕΛΑΧΙΣΤΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ	ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	0	0	0	1	1
	ΜΕΤΡΙΟ	0	1	0	8	9
	ΚΑΛΟ	0	4	2	9	15
	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	1	3	23	47	74
Total		1	8	25	65	99

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,827 ^a	9	,129
Likelihood Ratio	14,578	9	,103
Linear-by-Linear Association	,180	1	,671
N of Valid Cases	99		

a. 11 cells (68,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

6) ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΚΡΗΤΗΣ - ΕΠΑΝΕΠΙΣΚΕΨΗ

ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ * ΞΑΝΑ-ΕΠΙΣΚΕΨΗ_ΣΤΗΝ_ΚΡΗΤΗ Crosstabulation

Count

		ΞΑΝΑ-ΕΠΙΣΚΕΨΗ_ΣΤΗΝ_ΚΡΗΤΗ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ_ΑΜΕΑ	ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ	1	0	1
	ΜΕΤΡΙΟ	8	1	9
	ΚΑΛΟ	13	2	15
	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	64	10	74
Total		86	13	99

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,193 ^a	3	,979
Likelihood Ratio	,325	3	,955
Linear-by-Linear Association	,098	1	,754
N of Valid Cases	99		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.